UNIVERSITATEA BUCUREŞTI
FACULTATEA DE TEOLOGIE ***JUSTINIAN PATRIARHUL***

PR. DR. NICOLAE DASCĂLU

MESAJ RELIGIOS
ŞI COMUNICARE ECLEZIALĂ

SUPORT DE CURS - PRELEGERI PENTRU MASTER
COMUNICARE ŞI COMUNIUNE ÎN SPAŢIUL ORTODOX

ANUL UNIVERSITAR 2020-2021

CUPRINS

Partea I: TEOLOGIE ȘI COMUNICARE

Religie şi comunicare: coordonate relaţionale

Cuvânt şi comunicare în Sfânta Scriptură şi în viaţa Bisericii

Cuvântul lui Dumnezeu transmis prin mass-media
(† Daniel, Patriarhul României)

Funcţii şi disfuncţii ale mass-media în societate

Partea a II-a: GENURI JURNALISTICE

Tipologia genurilor jurnalistice

ȘTIREA

INTERVIUL

REPORTAJUL

Bibliografie selectivă

RELIGIE ŞI COMUNICARE: COORDONATE RELAŢIONALE

Sintagma *comunicare religioasă*, de sorginte relativ recentă, apropie două entităţi polisemantice, *religie* şi *comunicare*, ce se întâlnesc de la începuturile istoriei umane şi care păstrează până în prezent multiple fire de legătură. Etimologia latină a celor două noţiuni pe care le analizăm arată originea lor în gândirea europeană, dar înțelegerea ariei lor de cuprindere de-a lungul veacurilor a trecut demult limitele continentului nostru. Chiar dacă nu vom confunda *ştiinţele religiei* cu *religiile* în ele însele, şi nici *comunicarea* cu *ştiinţele comunicării*, observăm că, asemenea oricărui studiu asupra unor realităţi vii şi dinamice, nu vom putea surprinde decât la nivel exterior, discursiv, nuanţele care le apropie sau le diferenţiază.

La modul cel mai general, **religia** este definită ca ansamblu de credinţe şi idei privind raportul dintre om şi sacru, ca realitate transcendentă, împreună cu practicile de cult, regulile morale şi instituţiile care îi asigură funcţionalitatea socială. Însă religia nu se prezintă ca o structură unitară şi uniformă, ci mai degrabă ca o pluralitate de sisteme mai vechi sau mai noi, între care există adesea contradicţii aproape ireconciliabile. Pentru a le defini trăsăturile comune, cercetătorii au clasificat în diferite moduri religiile lumii: după raportarea la realitatea ultimă: monoteiste, politeiste, dualiste, moniste; după elementele fondatoare: naturaliste şi supranaturaliste (revelate), potrivit dezvoltării sufletului omenesc (naturale, antropomorfe, morale), după aria de răspândire: locale şi universaliste etc. Deşi unele clasificări au un grad mai mare de generalitate, ele nu sunt deplin satisfăcătoare, în special pentru cei angajaţi în practica religioasă, care privesc lucrurile din interiorul sistemelor. Datorită înţelegerii diferite a termenului *religie*, Mircea Eliade a preferat să scrie o istorie a credinţelor şi ideilor religioase, evitând denumirea comună de ”istorie a religiilor”.

Antichitatea romană asociază termenul *religio* cu exercitarea datoriilor rituale faţă de zei. În *De rerum deorum*, Cicero deduce originea cuvântului de la verbul *re-legere* (“a reciti, a respecta”), făcând trimitere la atenţia care trebuie acordată cultului zeilor şi la atitudinea interioară a omului. Creştinismul leagă experienţa religioasă de credinţă şi aduce o structură dinamică, Biserica, prin care această experienţă este trăită în comun. După perioada persecuţiilor, se conturează o despărţire tot mai clară între *nostra religio* (a creştinilor) şi *vestrae religiones* (ale păgânilor). Scriitorul creştin Lactanţiu deduce termenul *religio* de la verbul *re-ligare* (a reface legătura, a uni) şi tot ele defineşte *nostra religio* ca ”modul nostru de închinare”[1]. Separarea de păgâni este evidentă, precum şi superioritatea proiecţiei comportamentale a religiei creştine, *vera religio*, identificată cu *vera sapientia*. Într-un studiu consacrat sensului şi evoluţiei termenului ”religie” prof. Remus Rus arată că în perioada

[1] Lactantiu, *Institutiones divinae*, IV, 23. Editura „Învierea”, Timişoara, 2004, p. 195.

patristică accentul cade pe trăire mistică, adorarea lui Dumnezeu şi căutarea comuniunii, iar nu pe ideea de sistem de credinţe sau tradiţii istorice instituţionalizate[2]. Cu toate semnificaţiile ulterioare care s-au adăugat sau s-au pierdut, termenul de religie a rămas în Europa definitoriu pentru pietatea creştină. Întâlnirea cu Asia a făcut ca multe dintre conceptele devenite clasice în domeniul experienţei religioase pe continentul european să nu-şi găsească corespondenţe în India, China, Japonia sau în alte zone cu puternice rezonanţe în sfera sacrului. *Dharma* hindusă (cu o gamă largă de sensuri, apropiată de Legea morală transcendentă) sau *shinto,* "calea zeilor", reprezintă pentru popoarele din acea regiune a lumii realități care pot fi asociate cu percepţia europeană a **religiei**, însă nu pot fi puse în relație de identitate cu aceasta.

Orientalii leagă, de asemenea, relaţia cu sacrul de viaţa în comun a oamenilor: japonezul *shu* şi chinezul *zong* desemnau la început *templul*, locul de unde vine spiritul, şi, prin extensie, un grup unit prin cultul aceloraşi strămoşi. *Shukyō* şi *zongjao* înseamnă transmiterea unei învăţături, a unei tradiţii formate din rituri şi legende, în cadrul unui grup (*shu*, *zong*)[3]. Aceasta conduce către o legătură genealogică pe linia maestru-discipol. Importanţa maestrului spiritual este subliniată şi de faptul că numai acesta ştie calea (*dō*, *tao*).

Studiul religiilor s-a dezvoltat diferit și în perioada modernă, școlile din Europa și America de Nord având principii și abordări diferite de cele din Asia de sud sau din Australia[4].

Evoluţia accelerată a ştiinţelor în secolul al XIX-lea, corelată cu progresele tehnologice care au redus distanţele dintre oameni, a atras şi un interes al cercetătorilor din diferite domenii către un diagnostic complet asupra originii şi fiinţei religiei sau religiilor, postulată fiind o unitate originară a experienţelor sacrului. Abordările unilaterale, sociologice, filologice, istorice, antropologice, psihologice sau psihanalitice, oricât de riguroase ar fi fost, au dus la interpretări reducţioniste, incomplete ale fenomenului religios. Astfel încât alte generaţii de savanţi au abandonat vechile metode şi au operat schimbări de atitudine şi de metodologie. Urmând o metodă care pune împreună metoda istorică cu cea fenomenologică şi cu cea hermeneutică, Mircea Eliade a demonstrat că experienţa religioasă este o dimensiune esenţială a omului dintotdeauna şi a susţinut principiul cercetării religiei în şi pentru sine, făcând analogie între creaţiile religioase şi cele literare: "Dintr-un anumit punct de vedere, universul estetic poate fi comparat cu universul religiei. Avem de-a face, în cele două cazuri, cu experienţe individuale (experienţa estetică a poetului şi a cititorului său, pe de o parte, experienţa religioasă

[2] Conf. Dr. Remus Rus, „Sensul şi semnificaţia termenului *religie* în marile tradiţii religioase actuale", în GB, Anul XLIV, nr. 10-12, oct.-dec. 1985, p. 688.
[3] ERE, vol. 13, p. 8776.
[4] Ibidem, p. 8761 sq.

pe de alta) şi cu realităţi transpersonale (o operă de artă într-un muzeu, un poem, o simfonie etc.; o figură divină, un rit, un mit etc. […] operele de artă, ca şi "datele religioase" au un mod de a fi care le este propriu: ele există în propriul plan de referinţă, în universul lor particular"[5].

Terminologia legată de domeniul sacrului este variată şi nuanţată în diferitele limbi ale pământului, însă ceea ce caracterizează elanul religios rămâne setea omului de absolut, căutarea înfrigurată a unui sens unificator al lumii care să răspundă şi năzuinţelor sale existenţiale. De la sublim la tragic, căutările religioase ale omenirii sunt mărturii ale unor experienţe sublime, prin întâlniri edificatoare, alteori sunt moduri de experimentare a absenţei sau ascunderii celui căutat. Rămâne mereu ceva de neatins, dar dorit cu toată fiinţa: *inqietum est cor meum donec requiescat in te* (Fer. Augustin) sau "nu m-ai căuta dacă nu m-ai fi găsit" (B. Pascal).

Într-o lucrare a sa, *Explicarea omului*, Mihai Ralea făcea referire la un cercetător german care adunase vreo 600 de definiții ale religiei, fiecare dintre acestea având o motivație, însă niciuna deplină și satisfăcătoare[6]. În economia studiului nostru, ne vom referi la rezultate din domeniu care trimit la ideea de legătură între religie și comunicare.

Savantul german Rudolf Otto afirmă că esenţa oricărei religii constă în relaţia omului cu sacrul, ca realitate ultimă, ireductibilă, *mysterium tremendum* şi *mysterium fascinosum*. Religia este așadar o realitate dinamică, un proces de comunicare între om și Dumnezeu.

Jean Delumeau reduce religia la două elemente principale: **credinţa** şi **practicile religioase**, afirmând că "tot ceea ce oamenii cred şi fac în cinstea puterilor supranaturale constituie religia"[7].

J. Martin Velasco vede religia ca un fapt uman complex şi specific: un ansamblu de sisteme şi credinţe, de practici, simboluri şi structuri sociale prin intermediul cărora omul trăieşte relaţia sa cu o lume specifică: lumea sacrului. După o analiză laborioasă a configuraţiei divinului în istoria religiilor, prin metoda fenomenologică, enunţă patru puncte de referinţă pentru înţelegerea faptului religios (*sfera sacrului*; *misterul*, realitatea ce determină apariţia sferei sacrului; *atitudinea religioasă*; *mediaţiile prin care se face prezent Misterul şi expresii ale atitudinii religioase în viaţa subiectului*) şi conchide: „În lumina acestor principii generale, viaţa religioasă apare ca o activitate specifică în care se realizează o dimensiune nu mai puţin specifică a omului: deschiderea sa, capacitatea sa gratuită de relaţie personală cu o realitate infinită din care provine şi spre care se îndreaptă. Această activitate, ancorată în chiar adâncul persoanei, convieţuieşte în om cu celelalte activităţi umane, expresii ale celorlalte dimensiuni. Ea nu le poate substitui. Cu atât

[5] Mircea Eliade, *Nostalgia originilor*, Humanitas, București, 1994, p. 25.
[6] Alexandru Suciu, *Filosofia și istoria religiilor*, Editura Didactică și Pedagogică R.A., București, 2003, p. 37.
[7] Jean Delumeau, *Religiile lumii*, Humanitas, București, 1993, p. 292.

mai mult, nu poate fi suplinită de ele fără ca omul să devină mai sărac. Articularea tuturor acestor dimensiuni şi a nivelurilor lor de realizare constituie frumoasa şi dificila sarcină a omului ce acceptă toate posibilităţile oferite de condiţia sa”[8].

Dificultatea unei definiţii cuprinzătoare a religiei rezultă din complexitatea fenomenului religios. Religia include în structura ei cauze şi fenomene eterogene. Abordarea religiei dintr-o perspectivă unilaterală, teoretică, afectivă, comportamentală, instituţională, socială etc. înseamnă o înţelegere reducţionistă şi insuficientă a ei. Mircea Eliade afirmă că “viaţa religioasă a fost dintru început complexă, fenomenul religios este extrem de complex, iar pentru a-i sesiza toate valorile şi semnificaţiile, el trebuie abordat din mai multe puncte de vedere”[9].

De aceea, ne vom opri la definiția cea mai simplă a religiei, dată de Joachim Wach, care pare a fi și cea mai cuprinzătoare: ”*Religia este experiența sacrului*”. Dar această experiență plenară cuprinde, dintr-odată, trăirea personală a relației cu transcendentul și ”tradiția cumulativă”[10], ca legătură între generații. La modul general, conceptul de religie este înțeles ca un ansamblu de fenomene sociale cuprinzând elaborări teoretice, stări afective și credințe, ritualuri și practici, precum și o organizare socială și instituțională a oamenilor în raport cu sacrul[11].

[8] J. Martin Velasco, *Introducere în fenomenologia religiei*, Polirom, Iaşi, 1997, p. 225.
[9] Mircea Eliade, op. cit., p. 23.
[10] Thomas A. Idinopulos, ”The Difficulties of Understanding Religion”, in *What is religion?: origins, definitions, and explanations.* Edited by Thomas A. Idinopulos & Brian C. Wilson, Leiden, Brill, 1998, p. 29.
[11] Alexandru Suciu, op. cit., p. 59.

Originea verbului latin *communico, -are* este pusă în legătură cu adjectivul *munis, -e*, "care îşi face datoria, îndatoritor, serviabil" care a produs o familie lexicală bogată, din care fac parte şi *immunis*, "scutit de sarcini, exceptat de la îndeplinirea unor datorii", *communis*, "care îşi împarte sarcinile cu cineva", şi *communicus*, care a dus la *communicare* – punerea în comun a unor lucruri, indiferent de natura acestora. Creştinismul a dat un sens spiritual, euharistic, cuvântului *communicare*, apropiindu-l de participarea credincioşilor la comuniunea cu Trupul şi Sângele Mântuitorului Hristos. Interdicţia de a primi Împărtăşania şi excluderea din comunitate a dat termenul de *excommunicare*. Aşadar, între spaţiul religios şi domeniul comunicării interumane există legături de profunzime[12].

Teoria modernă a informaţiei şi comunicării şi-a extins aria de cuprindere asupra tuturor proceselor şi fenomenelor din univers: de la organisme şi celule nevii, plante, animale, astre şi planete, până la comunicarea interumană. Fiecare ştiinţă îşi defineşte propria disciplină şi îşi construieşte metodele de lucru. Comunicarea este un ansamblu de acţiuni care au în comun schimbul de informaţii între doi poli: emiţător şi receptor. Procesul de comunicare se desfăşoară între fiinţe, maşini, grupuri sau comunităţi întregi şi preusupune, pe lângă **emiţător** şi **receptor**, un conţinut (**mesajul** sau **informaţia**) şi diferite **mijloace de comunicare**[13].

Dacă toată lumea este de acord să o definească drept un proces, abordările diferite intervin atunci când se fac precizări şi detalieri ale acestui proces. Ştiinţele informaţiei şi ale comunicării pun accentul pe transmiterea de informaţii, iar cercetarea este orientată către procesul psihic al transmiterii de cunoştinţe sau către interacţiunea om-maşină. Chiar în acest nou domeniu de cercetare unii specialişti preferă singularul „ştiinţa comunicării" şi resping ideea unei însumări eclectice de cunoştinţe despre felurite modalităţi de comunicare, argumentând că „nu orice formă sau proces de comunicare – orice convorbire sau orice corespondenţă prin poştă – interesează această ştiinţă". Aceştia o definesc drept „ştiinţa care studiază circuitele profesionale şi instituţionale ale informaţiei, fie că această informaţie este destinată publicului în general sau unui public specializat"[14].

Diferitele domenii ale cunoaşterii umane folosesc termenul de comunicare în accepţiuni particulare, specializate, care tind să se îndepărteze de o definiţie unitară a comunicării. Spre exemplu, o definiţie din domeniul biologiei („comunicarea este o acţiune a unui organism sau a unei celule care alterează modelele probabile de

[12] Mihai Dinu, C*omunicarea*, Editura ştiinţifică, Bucureşti, 1999, p. 15.
[13] J.J. van Cuilenburg, O. Scholten, G. W. Noomen, *Ştiinţa comunicării*, Humanitas, Bucureşti, 1998, p. 25.
[14] Ibidem, p. 51.

comportament ale altui organism sau ale altei celule, într-o manieră adaptativă pentru unul sau pentru ambii participanţi" nu poate satisface exigenţele informaticianului sau ciberneticianului (care lucrează cu „maşini gânditoare") şi nici ale psihologului sau sociologului, pentru care comunicarea nu poate fi imaginată decât acolo unde există subiecţi dotaţi cu conştiinţă[15]. O altă definiţie, formulată de Carl I. Hovland, Irving I. Janis şi Harold H. Kelly („comunicarea este un proces prin care un individ (comunicatorul) transmite stimuli (de obicei verbali) cu scopul de a schimba comportarea altor indivizi (auditoriul)", se loveşte de cercetările din domeniul kinezicii, care afirmă că reducerea comunicării la elementele verbale pierde din vedere mesajele non-verbale, a căror pondere a fost estimată la 65% sau chiar la 93% din câmpul comunicaţional interuman, dacă se adaugă şi parametrii vocali (intonaţie, ritm, înălţime, volum sonor).

Făcând abstracţie de comunicarea animală şi de cea dintre artefacte, ar trebui să ne mărginim la comunicarea interumană, care se desfăşoară numai între persoane. Aici se pune problema intenţionalităţii şi finalităţii comunicării. Semiologia comunicării deosebeşte între semnale şi indicii, asociind doar cu prezenţa primelor o intenţie de comunicare. Şcoala de la Palo-Alto afirmă imposibilitatea non-comunicării, iar José Aranguren insistă asupra feed-backului: „comunicarea este o transmitere de informaţii la care se aşteaptă răspuns". Privită ca interacţiune între emiţător şi receptor, comunicarea este înţeleasă ca „ansamblul proceselor fizice şi psihologice prin care se efectuează operaţia punerii în relaţie cu una sau mai multe persoane în vederea obţinerii unor anumite obiective"[16].

Abordarea psihosociologică este centrată pe comunicarea interpersonală (dual㠄, triadică, sau de grup). În acest sens, comunicarea este considerată ca un sistem complex, în care se ţine seama de tot ceea ce se întâmplă atunci când persoanele intră în interacţiune şi provoacă procese cognitive, afective, voliţionale sau la nivelul subconştientului. Informaţiile transmise sunt întotdeauna multiple, iar transmiterea de informaţii nu este decât o parte a procesului de comunicare, dintr-un întreg care conţine diferite niveluri de interacţiune. Comunicarea intra-psihică este obiectul prioritar de cercetare pentru dialogul interior şi pentru o zonă de care se interesează în mod special psihanaliza.

Spre deosebire de toate celelalte forme de comunicare, **comunicarea religioasă** depăşeşte sfera relaţiilor interumane şi se deschide către transcendenţă. Din punct de vedere religios, persoana este intenţionalitate spre comuniune şi trăieşte experienţa întâlnirii cu sacrul, fie prin nostalgia căutărilor înfrigurate, fie prin certitudinile credinţei şi calea deschisă către Cineva mai presus de lume, „Dumnezeul cel viu" al scrierilor sacre. „Dacă de mii de ani oamenii construiesc

[15] Mihai Dinu, op. cit., pp. 8-10 sq.
[16] Laurenţiu Şoitu, *Comunicare şi acţiune*, Institutul European, Iaşi, 1987, p. 15.

temple şi înalţă rugăciuni, ei nu o fac pentru a lansa chemări către o forţă universală impersonală (nici măcar un nebun nu s-ar ruga gravitaţiei sau electromagnetismului!), ci Cuiva interesat de soarta lor şi capabil să le răspundă. Religia este esenţialmente un fapt de comunicare şi ea se bazează pe credinţa nu atât în Dumnezeu, cât în *posibilitatea dialogului* cu El"[17].

Părintele Dumitru Stăniloae arată că predispoziţia pentru comunicare religioasă este constitutivă fiinţei umane: „Există, fără îndoială, în om impulsul de a căuta dincolo de lume temeiul ei, de a transcende cele văzute, fiind mânat şi de evidenta insuficienţă a lor şi a sa proprie. Şi acest impuls, această necesitate de a transcende cele imediate, putem să-l numim predispoziţie funciară spre credinţă, ajutată de structura lumii şi de structura existenţială atât de amar experiată a propriei fiinţe, care nu-şi poate găsi mulţumirea în mărginirile, mizeriile şi neputinţele sale şi nici în ce-i dă lumea. Această înclinaţie spre credinţă e o parte din chipul umbrit al lui Dumnezeu rămas în om. Ea este comună tuturor oamenilor şi stă la baza întregii străduanii de înălţare a lor prin cugetare, artă şi faptă etică, încât am putea spune că e inima apriorică a tot ce face din om o fiinţă deosebită de animal. Ea nu poate fi smulsă din om decât odată cu omenitatea lui, cu coborârea lui în animalitate, cu încetarea lui de a mai privi în sus, spre largi orizonturi"[18].

Istoria religioasă a umanităţii cuprinsă în scrieri sacre, monumente, artă şi ştiinţă, este de o bogăţie fără asemănare, însă ar fi incompletă dacă nu ar fi privită şi prin perspectiva comunicării vii dintre oameni cu sacrul şi a comunicării interumane în lumina celui Nepătruns. Şi orizontul acesta se întinde de la credinţa moştenită prin tradiţie, formele ei instituţionalizate, până la unirea mistică în care sufletul trăieşte comuniunea deplină în comuniunea unificatoare cu Dumnezeu: „Fiind neîncăput în toate, Te faci cu adevărat mic/ şi Te faci văzut în mâinile mele şi pe buzele mele / ca un sân luminos şi ca o dulceaţă, / strălucind şi întorcându-Te către mine, o, Taină minunată. / Dă-mi-Te pe Tine astfel şi acum, ca să mă satur de Tine, ca să Te sărut şi să îmbrăţişez / slava Ta negrăită, lumina feţei Tale / şi să mă satur şi s-o pot transmite şi tuturor celorlalţi / şi mutându-mă să vin la Tine slăvit întreg, / înfăţişându-mă Ţie, devenit şi eu lumină din lumina Ta"[19].

Într-o încercare de definire a comunicării religioase putem spune că specificul ei este această deschidere către transcendenţă, manifestată prin legăturile ce se stabilesc pe verticală între om şi sacru, la modul cel mai general, precum şi prin încărcătura pe care această relaţie o aduce asupra comunicării în plan orizontal, între persoanele umane. Astfel, am putea cuprinde şi cazul mai special al buddhismului, care caută desăvârşirea tocmai prin decondiţionare şi renunţarea la starea de

[17] Ibidem, p. 350.
[18] *Iisus Hristos sau restaurarea omului*, Sibiu, 1943, p. 12-13.
[19] Sf. Simeon Noul Teolog, *Imnele iubirii dumnezeieşti*, Imnul 28, în Pr. Prof. Acad. Dr. Dumitru Stăniloae, *Studii de teologie dogmatică ortodoxă*, Editura Mitropoliei Olteniei, Craiova, 1990, pp. 510-511.

persoană. Pentru că aşa cum este cazul comunicării dintre oameni, nu numai manifestările pozitive (cuvinte, gesturi, atitudini) stabilesc raporturi de comunicare, ci şi absenţa acestora sau renunţarea temporară la ele.

Note de lectură:

NOŢIUNEA DE COMUNICARE (abstract)/ Valentina Marinescu, Introducere în teoria comunicării, Tritonic, București, 2003

Obiective:
Introducerea conceptului de comunicare şi a primelor definiţii ale termenului, în funcţie de domeniul de aplicabilitate: biologie, sociologie, psihologie, filozofie, teoria informaţiilor
Evidenţierea faptului că studiul comunicării nu poate fi izolat de contextul social, cultural, politic şi economic în care se manifestă
Prezentarea succintă a comunicării umane în raport cu cea animală
Schiţarea conceptelor-cheie în abordarea comunicării umane ca „fenomen social total"

1.1. Introducere

Etimologie: *communicare* (latină), comun
1.2. Istoricul utilizării termenului de comunicare

Sec. XIV – a pune în comun, a împărtăşi, a fi în relaţie
XVI, XVII – a transmite
XIX – se asociază cu mijloace fizice clare (presa scrisă, radio, tv, cinema)
1.3. Istoria studiului comunicării
f. veche: comunicarea orală (Atena, Roma, C-pol, Alexandria)
Cercetarea formelor de exprimare retorică („arta elocvenţei"). Universităţile europene au păstrat tradiţia retorică până în sec. XVI-XVII
În sec. XIX şi XX studiul comunicării s-a realizat pe două căi:
a) teoretică; b) empirică.
Studiul sistematic al comunicării începe în deceniile 3-4 ale secolului al XX-lea, ca rezultat al eforturilor de a face faţă propagandei de război.

1.4. Definiţii ale comunicării

Din perspectiva *Teoriei comunicării* este dificila definirea ariei de cuprindere a cuvântului comunicare

F. Dance şi C. Larson au identificat 126 definiţii ale comunicării.
În schimb, D. Dance găsea 15 tipuri generale de def ale comunicării
Termenul de comunicare este folosit în mod diferenţiat, particular, de dif. ştiinţe: biologie, psihologie şi sociologie, filozofie, teoria informaţiei (Shannon şi Weaver)

Biologie (E.O. Wilson):

> COMUNICAREA este o acţiune a unui organism sau a unei celule care alterează modelele probabile de comportament ale altui organism sau al altei celule, într-o manieră adaptativă pentru unul sau pentru ambii participanţi.

Psihologie, sociologie (C.I. Hovland, I.I. Ianis şi H.H. Kelley):

> COMUNICAREA = proces prin care un individ (comunicatorul) transmite stimuli (de obicei verbali), cu scopul de a schimba comportarea altor indivizi (auditoriul).

Filozofie (Ch. Morris):

> Sfera conceptului de comunicare cuprinde punerea în comun, împărtăşirea, transmiterea unor proprietăţi unui număr de lucruri.

Teoria informaţiei (Shannon, Wiever):

COMUNICAREA reprezintă toate procedeele prin care un spirit poate afecta un alt spirit

> Limbaj scris, vorbit, muzică, artele vizuale, teatrul, toate comportamentele umane .

1.5. Tipologia generală a comunicării

În tipologia lui D. Dance comunicarea este:

1. Procesul de transmitere sau de receptare
2. O problemă de intenţionalitate în transmiterea sau receptarea mesajului

3. Efectul sau cauza unei mulţimi de relaţii sociale şi structuri intenţionale
4. Un proces linear, circular sau interactiv
5. O sursă de ordine şi coeziune sau cauză a schimbării, fragmentării şi conflictului
6. O alegere între 2 alternative
   (a) Perspectiva activă: încercăm să-i influenţăm pe alţii sau situaţia în care ne aflăm;
   (b) Viziunea reactivă (acceptăm influenţa, ne adaptăm la împrejurări)

În tipologia lui R. Merten, comunicarea este:

1. Un proces simplu – el identifică 75 def ale comunicării de acest tip. Comunicarea poate fi:

   a) Transmitere
   b) Act de tipul „stimul-răspuns”
   c) „Interpretare”
2. Un proces simetric (Merten a identificat 64 def de acest tip), comunicarea este văzută drept:
   a) Înţelegere
   b) Schimb
   c) „Împărtăşire”
   d) Relaţie
   e) Un comportament social
   f) Interacţiune

1.6. Comunicare umană vs comunicarea animală – Specificul şi modul de constituire al comunicării umane

Există o serie de dihotomii ale tipurilor de comunicare:
Comunicarea animală vs comunicarea umană
Comunicarea directă vs comunicarea mediată
Comunicarea unidirecţională vs comunicarea bidirecţională

A. Comunicarea animală –etologie

Comunicarea sonoră, gestuală, chimică, tactilă, cromatică, luminoasă, electrică.

B. Comunicarea umană

Asemănări între com umană şi cea animală

J. Piaget, etape ontogenetice principale:

Stadiul reflexelor (până la 1 an)
Stadiul deprinderilor motorii (1-2 ani)
Stadiul percepţiei organizate (2-4 ani)
Stadiul inteligenţei senzorio-motorii (4-5 ani)
Stadiul inteligenţei intuitive (5-6 ani)
Stadiul inteligenţei concrete (6-14 ani)
Stadiul inteligenţei abstract-reflexive (14-18 ani)

Ulterior, reduse la 4: senzorio-motor (0-1,1.5), pre-operaţional (2-7 ani), operaţional concret (7-11 ani), operaţional formal (de la 12 ani)

Inteligenţa, procese care premerg gândirea: senzaţia, percepţia, reprezentarea

1.7. Tipuri de comunicare umană- probleme generale

Comunicarea umană este o relaţie semnificativă, al cărei punct de plecare poate fi considerat a fi procesul de gândire ca salt al omului de la senzorial la logic, la concepte şi abstracţiuni.

Dpdv psihologic, gândirea umană dispune de mm

Macro-operaţii specifice:

1. Abstractizarea
2. Generalizarea
3. Sistematizarea
4. Analogia

În afară de gândire, care este un proces de învăţare, de formare de deprinderi secundare, comunicarea umană are la bază memoria psihică a omului.

Mai multe tipuri de memorie: imediată (1-2 min), mijlocie (zile), de durată.

Mm feluri de meomorie: primară-secundară sau verbală; spontană-deliberată sau voluntară; mecanică-semnificativă sau logică.

Comunicarea umană este un fenomen complex şi are mai multe forme, dintre care cele mai importante, dpdv al teoriei comunicării sunt: comunicarea verbală şi comunicarea nonverbală.

La baza comunicării umane stă întotdeauna un „limbaj” care poate lua mai multe forme:
Limbaj oral vs Limbaj corporal
Limbaj oral vs Limbaj scris
Limbaj exterior (cu „Altul”) vs Limbaj interior (cu „Sine” însuşi)

Distincţie între limbă şi limbaj

1.8. Relaţia om-societate. Generalităţi

Comunicarea umană este un fenomen psiho-social complex, ea este un „fapt social”
Termeni legaţi de societate:
O definiţie generală a „societăţii”: modul organizat de existenţă în sfera fenomenului vieţii.
Termenul de structură
Sistem dif de structură (mod de org interioară) – structură politică, economică, culturală, religioasă
Sistemul poate avea diferite structuri.

CUVÂNT ŞI COMUNICARE ÎN SFÂNTA SCRIPTURĂ ŞI ÎN VIAŢA BISERICII

Universul comunicaţional al omului religios este recunoscut prin bogăţie şi complexitate. Lumea întreagă este plină de semne şi simboluri care se luminează şi se întrepătrund în timp şi spaţiu, viaţa personală şi cea de grup se desfăşoară sub presiunea realităţilor transcendente. Cerul şi pământul interacţionează continuu, iar ritmurile cosmice determină înălţările şi căderile din istoria devenirii umane. Omul religios trăieşte cu întreaga sa fiinţă relaţia cu Divinitatea şi proiectează în lumea sa interioară idei şi stări de spirit. El nu rămâne doar subiectul care trăieşte la nivelul exterior al schimbului informaţional cu ceilalţi subiecţi de dialog, ci experimentează şi comunică stări de conştiinţă.

Comunicarea religioasă a adoptat, încă din timpuri arhaice, o întreagă varietate de mijloace de comunicare, acestea fiind puse adesea împreună pentru a le spori forţa de expresie. Cea mai complexă formă de comunicare religioasă este ritualul, în care cuvântul, imaginea şi sunetul, gestul şi mirosul se îmbină într-o expresie unitară.

Comunicarea prin cuvânt deţine un rol fundamental în istoria religiilor lumii. Luat ca entitate de sine stătătoare, sub forma structurată a limbii sau în ţesătura plurisenzorială a altor mijloace de comunicare, cuvântul este intim legat de ideea de umanitate şi, implicit, de spiritualitate. La origini, cuvântul nu este doar un simplu mijloc de comunicare interumană, ci este calea prin care Divinitatea aduce la fiinţă întreaga creaţie şi se revelează omului, menţinând cu acesta o permanentă legătură.

Sacralitatea cuvântului dobândeşte sensul cel mai deplin în creştinism, religia Logosului divin întrupat în istorie: *„Şi Cuvântul S-a făcut trup şi S-a sălăşluit între noi; şi am văzut slava Lui, slavă ca a Unuia-Născut din Tatăl, plin de har şi de adevăr”* (In 1, 14). Ca pregătire pentru analiza sacralităţii cuvântului în creştinism, considerăm utilă o reflexie prealabilă asupra valorizării cuvântului în alte sisteme de credinţe şi idei religioase, mai îndepărtate sau mai apropiate de mediul nostru spiritual.

Iubit de Dumnezeu şi înzestrat cu darul înţelepciunii, regele Solomon îndeamnă pe supuşii săi*: „**Apleacă-ţi urechea la cuvintele înţelepţilor, ascultă şi cuvintele mele şi lipeşte-ţi inima**, ca să ştii că ele sunt bune. Şi dacă le vei pune la inimă, împreună cu tine se vor veseli pe buzele tale, pentru ca nădejdea ta să fie în Domnul şi pentru ca El să-ţi facă ţie cunoscută calea; şi scrie-ţi-le de trei ori, pentru sfat şi cunoaştere, pe tăbliţa inimii tale”* (Pr 22, 17-20). Prin astfel de cuvinte inspirate, dreptatea lui Dumnezeu devine ideal nu numai pentru religiozitatea trăită în plan personal ci şi pentru viaţa socială.

În dialogul dintre poporul Israel şi Domnul care i-a dăruit Legea prin Moise, profeţii au un rol definitoriu şi inconfundabil. Ei sunt chemaţi să vorbească poporului în numele lui Dumnezeu. Profetul Isaia scrie cu teamă sfântă despre chemarea sa: *„Şi am auzit glasul Domnului, zicând: «Pe cine voi trimite, şi cine va merge la acest popor?». Iar eu am zis: «Iată sunt aici, pe mine trimite-mă»!"* (Is 6, 8), iar Amos, păstorul din Tecoa, scrie în cartea sa tot ceea ce Dumnezeu îi porunceşte: *„Grăit-a Domnul din Sion, glasul Şi l-a ridicat din Ierusalim; păşunile păstorilor au plâns, vârful Carmelului s-a uscat"* (Am 1, 2). Cuvântul profetic are rolul de a reînvia în inimile oamenilor cuvântul lui Dumnezeu revelat celor din vechime, ca să fie mereu roditor şi să pregătească neamul omenesc pentru întruparea lui Dumnezeu-Cuvântul.

Rugăciunea, comunicarea dincolo de cuvinte

Element constitutiv al tuturor religiilor, cultul reprezintă forma cea mai complexă de trăire a legăturii dintre om şi Divinitate. Jertfele, ofrandele, ritualurile, incantaţiile, gesturile de umilinţă şi cererile adresate din adâncul inimilor, în temple măreţe sau în singurătatea naturii, contribuie la întreţinerea stării de comunicare permanentă între Pământ şi Cer. Pentru că oamenii ştiu că îndepărtarea de protecţia divină îi coboară în non-sens şi le tulbură întreaga existenţă. Într-un imn al sikhşilor este exprimată în mod concentrat această teamă de a nu uita pe Dumnezeu: *„De-mi amintesc de El trăiesc; iar dacă uit de El eu mor. Ce greu e să contempli numele Lui*"[20].

Psalmistul David exprimă în limbaj poetic această nevoie organică de Dumnezeu: *„În ce chip tânjeşte cerbul după izvoarele apelor, aşa tânjeşte sufletul meu după Tine, Dumnezeule. Însetat-a sufletul meu de Dumnezeu cel tare, cel viu; când oare voi veni şi mă voi înfăţişa înaintea lui Dumnezeu?"* (Ps 41, 1-2).

Într-o analiză fenomenologică a rugăciunii, Claude Rivière identifică aspecte comune în toate sistemele religioase: a) puterea cuvântului: puterea vitală a cuvântului rostit descătuşează forţele benefice din univers; b) limbajul propriu evocării: funcţia orală a rugăciunii ca limbaj invocativ, evocativ şi exclamativ; c) participarea: legătura stabilită de rugăciune între ordinea umană şi ordinea cerească, omologia dintre lumea de aici şi cea de dincolo: d) efectul de sublimare şi sfinţenie: prin rugăciune omul se simte în siguranţă, se sfinţeşte în comuniune cu sacrul[21].

Rugăciunea de pretutindeni cuprinde o mare bogăţie de mijloace şi stări spirituale, care constituie liant pentru viaţa comunităţii şi cale de desăvârşire

[20] *The Sacred Writings of the Sikhs*, imnul 3, citat de Pr. Asist. Dr. Alexandru I. Stan, *Rugăciunea în creştinism şi în alte mari religii*, "Ortodoxia", Anul XXXV (1983), nr. 3, p. 513.
[21] Claude Riviere, *Socio-antropologia religiilor*, Polirom, Iaşi, 2000, p. 100.

spirituală pentru persoanele care o practică. Dar oricât de expresivă ar fi forma de rugăciune exterioară, miezul ei este alcătuit din cuvinte, care o înalţă către cea mai profundă interioritate, către contactul cu transcendenţa. Cu teamă sfântă dar şi cu încredere omul îndrăzneşte să comunice cu Divinitatea prin cuvintele limbii sale, unele moştenite de la înaintaşi iar altele plămădite în adâncul propriei fiinţe, care trăieşte măreţia Divinităţii şi smerenia nimicniciei sale şi a nevoii de ajutor. Acest sentiment de familiaritate în rugăciune străbate toate religiile, chiar şi acolo unde oamenii au pierdut conştiinţa singurului şi adevăratului Dumnezeu, îndreptându-şi închinarea către zeităţi mai mult sau mai puţin personificate sau trăind cu uimire şi teamă sub presiunea naturii înconjurătoare.

Acolo unde există rugăciune, legătura dintre om şi Divinitate tinde să devină una interpersonală. Aşa de pildă, în panteonul Greciei politeiste, Zeului suprem îi sunt adresate imne de laudă*: „Tu piscul gloriei divine atotnumit şi-n veci puternic / O , Zeus, părintele naturii orânduind prin lege totul, / Fii salutat! Cu-ndreptăţire îţi pot grăi muritorii...”*. Asiro-babilonienii se rugau zeului lor solar cu încrederea că acesta ascultă pe toţi muritorii: *„Tu asculţi, o, Şamaş, rugăciunea, implorarea şi adorarea; / Umilinţa, îngenuncherea, recitarea rugilor şi pocăinţa. / din adâncul inimii strigă sărmanul către tine; / Amărâtul, slabul, apăsatul, săracul, / Evlavios vin înaintea ta, cu psalmi şi cu prinoase*”[22].

Popoarele primitive din Africa sau indienii din cele două Americi se roagă cu conştiinţa că Spiritul Suprem sau „Tatăl” cel din ceruri ia aminte la cererile adresate prin rugăciune. Chiar într-o tradiţie precum cea hindusă, dominată de ideea absolutului impersonal, s-a păstrat din perioada vedică invocarea Divinităţii prin rugăciune.

Într-un imn adresat lui Viracocha, incaşii caută să intre într-o relaţie cât mai apropiată cu zeul pe care îl venerează: *„Temelie-a firii, Viracocha, / zeu slăvit, văzut din totdeauna, / cumpănă fără greşeală-n toate, / care-ndrumă şi meneşte totul, care făureşte doar grăind: / «Să fie bărbat! / Femeie fie », / care faci să vieţuiască liber / şi în pace binecuvântată / fiinţele pe care le-ai făurit, / unde te-ascunzi în miezul viu / ori deasupra lucrurilor? Poate / te ascunzi în norul care trece, / ori în umbra ce-a căzut pe ape?”*[23].

Religiile abrahamice au făcut din rugăciune o datorie principală, atât la nivel personal cât şi pentru comunitate. Prezenţa Unicului şi Adevăratului Dumnezeu este trăită în locaşul de cult, în comuniunea de rugăciune, dar şi în cămara tainică a fiecărui credincios. Evreii binecuvintează numele Domnului Dumnezeu şi Îl roagă să pogoare mila Lui peste popor, aşa cum a făcut odinioară cu părinţii lor, când i-a eliberat din robie şi i-a ales să poarte mereu pecetea Legământului. *„Şema Israel”*

[22] Apud Pr. Asist. Dr. Alexandru I. Stan, art. cit., p. 512.

[23] *Antologia literaturii precolumbiene*, întocmită, tradusă, adnotată şi prefaţată de Francisc Păcurariu, Univers, Bucureşti, 1973, p. 345.

este o rugăciune de laudă şi o mărturisire de credinţă, care caracterizează pietatea poporului evreu. Coranul se deschide cu o invitaţie la rugăciune, iar credinciosul islamic este chemat la rugăciune în cinci momente ale zilei. „Rugăciunea îşi are locul ei stabil în structura cultului musulman. Simplitatea ei şi mai ales puţinătatea frazelor îi dau supleţe, fără să poată acoperi lipsa unor elemente pe care le vom găsi mult mai dezvoltate în creştinism. Musulmanul nu poate comunica prea multe cu Dumnezeu, atâta vreme cât rugăciunea nu este altceva decât o formă accentuată a supunerii absolute. Rugăciunea lui este doar o reînnoire a stării de *abd* (rob), faţă de Dumnezeu ca Împărat absolut”[24].

În rugăciune, cuvintele intră în contact cu lumina sacralităţii, fiecare limbă de pe pământ este chemată să comunice dincolo de cuvinte. În rugăciune, fiecare tradiţie religioasă poate fi recunoscută în modul ei cel mai autentic de manifestare, cu slăbiciunile şi cu virtuţile ei.

Omul a fost creat de Dumnezeu ca „spirit cuvântător” şi de aceea între gândire şi vorbire există o relaţie vitală, existenţială. După căderea în păcat a primilor oamenii, seminţe ale Revelaţiei primordiale au fost păstrate în diversitatea de credinţe şi idei religioase. Nostalgia stării paradisiace şi a comunicării nemijlocite cu Creatorul s-a metamorfozat în creaţiile mitice şi în textele sacre ale multor comunităţi umane.

Conştiinţa originii divine a cuvântului şi a limbajului, în general, este prezentă în poemele cosmogonice şi teogonice, iar forţa cuvântului în relaţia cu puterile supranaturale şi în relaţiile interpersonale este experimentată nu numai în planul trăirii experienţei religioase autentice, dar şi în forme deviate de religiozitate (magie, vrăjitorie, blesteme, descântece ş.a.).

Profeţii lui Israel pun în lucrare cuvântul ca legătură de intermediere a relaţiei dintre Dumnezeu şi oameni. Cuvântul Domnului este imperativ pentru existenţa umană şi împlinirea lui aduce binecuvântare. Cuvântul este, de asemenea, miezul cultului care se aduce Divinităţii, cale de împăcare şi invocare a ajutorului ceresc. De aceea, în toate religiile, rugăciunea este calea convorbirii omului cu cele mai presus de lumea contingentă.

Multitudinea de forme sub care apare cuvântul în comunicarea religioasă din afara spaţiului creştin arată drama omului în căutarea refacerii legăturii pierdute cu Dumnezeu. Dar aceasta nu se putea face decât prin intervenţia directă a Creatorului la „*plinirea vremii*” (Ga 4, 4), atunci când Cuvântul lui Dumnezeu cel din veşnicie se face Om, ca să deschidă calea îndumnezeirii omului.

[24] Pr. Asist. Dr. Alexandru I. Stan, art. cit., p. 523.

"…şi Cuvântul trup S-a făcut": comunicarea deplină în Hristos

Credinţele religioase se fundamentează pe legăturile tainice dintre transcendent şi imanent, dintre sacru şi profan. Unele mesaje sunt desluşite, altele abia perceptibile, iar uneori tăcerea este purtătoare de sens. În istoria religioasă a umanităţii, creştinismul aduce noutatea comuniunii depline între Dumnezeu şi oameni, realizată odată pentru totdeauna în persoana divino-umană a Mântuitorului Iisus Hristos. El este **Mesajul** şi totodată **Mesagerul**, *Cuvântul (Logosul)* născut din veci din Tatăl, intrat în istorie ca Dumnezeu şi Om la "plinirea vremii" pentru mântuirea oamenilor şi pentru restaurarea comuniunii depline între uman şi divin. Sf. Apostol Pavel scrie despre împlinirea Revelaţiei divine în Iisus Hristos: „După ce Dumnezeu odinioară, în multe rânduri şi în multe chipuri, a vorbit părinţilor noştri prin prooroci, în zilele acestea mai de pe urmă ne-a grăit nouă prin Fiul, pe Care L-a pus moştenitor a toate şi prin Care a făcut veacurile; Care fiind strălucirea slavei şi chipul fiinţei Lui şi Care ţine toate cu cuvântul puterii Sale (Ev 1, 1-3).

În persoana teandrică a Mântuitorului Hristos se realizează odată pentru totdeauna apropierea maximă dintre Dumnezeu şi om şi aceasta nu se putea face decât prin Cuvântul cel veşnic viu.

> "Numai un Dumnezeu făcut El Însuşi om, coborât la treapta de om, fără să înceteze a fi şi Dumnezeu, putea ridica la deplinătatea dialogului Lui cu omul şi duce la capăt descoperirea Sa, fără să dea altora, de pe o treaptă superioară, încredinţarea să vorbească oamenilor despre Sine şi despre iubirea Sa, cu gura lor, cuvintele lor, ci vorbind El Însuşi despre Sine cu gură de om şi arătându-şi chiar prin aceasta iubirea Sa fără echivoc faţă de om. Această coborâre la treapta de partener al omului, la nivelul lui, în dialogul cu el, era cerută atât de iubirea lui Dumnezeu faţă de om, cât şi de setea omului după iubirea totală a Persoanei absolute faţă de sine"[25].

Evanghelia (*Vestea cea Bună*) descoperă taina mântuirii neamului omenesc: de la întruparea Fiului cel veşnic al lui Dumnezeu din sânurile Sfintei Fecioare Maria, la propoveduirea prin cuvânt şi fapte a Împărăţiei cerurilor, răstignirea, moartea şi Învierea Domnului Iisus Hristos, înălţarea Sa la ceruri şi trimiterea în lume a Duhului Sfânt prin care lucrarea de mântuire a oamenilor se continuă în Biserică până la sfârşitul veacurilor.

Ca să exprime într-un mod cât mai concentrat taina Întrupării, Sf. Ioan Evanghelistul foloseşte un termen care poate sta şi la baza unei teologii a

[25] Pr. Prof. Dr. Dumitru Stăniloae, *Chipul nemuritor al lui Dumnezeu*, Editura Mitropoliei Olteniei, Craiova, 1987, p. 159.

comunicării. În prologul Evangheliei a patra (In 1, 1-14), în prima dintre cele trei epistole ale sale (1 In 1, 1) şi în cartea Apocalipsei (Ap. 19, 13), Fiul lui Dumnezeu este numit *Cuvântul* (*Logosul*).

Noţiunea de *logos* era prezentă în filosofia greacă şi în gândirea iudaică dar avea înţelesuri variabile. Heraclit identifica logosul cu focul, principiu universal care însufleţeşte şi conduce lumea. Pentru această intuiţie filosoful ionian a fost numit de către Sf. Iustin Martirul şi Filosoful „creştin înainte de Hristos" (Apologia I, 46). În scrierile stoicilor teoria *Logosului* va fi dezvoltată cu o atenţie aparte: este în acelaşi timp *putere* şi *lege*, o forţă irezistibilă care străbate lumea şi creaturile, o *raţiune* care trebuie urmată de toate creaturile. Stoicii personifică adesea Logosul şi îl identifică cu Zeus sau cu Hermes. Cugetarea stoică postula un *logos interior*, care e **gândirea**, şi unul *exterior*, care e **limbajul**. Cuvântul este expresia, întruparea gândirii sau, după Aristotel, *entelehia* gândirii.

La Alexandria, Hermes era identificat cu Toth, zeul din Hermopolis, cunoscut apoi ca marele Hermes, „Hermes Trismegistos", şi reprezentat ca revelatorul scrisului şi al ştiinţei. Logosul este considerat principiul intermediar prin care Dumnezeu conduce lumea.

În Vechiul Testament actul creator este prezentat ca şi cuvânt al lui Dumnezeu (Gn 1,3; Ps 32, 9), uneori se atribuie creaţia cuvântului însuşi, însă niciodată independent de Iahve (Is 4, 11; Zah 5, 1-4; Ps 106, 20 şi 117, 15). Cuvântul creaţiei, cuvântul mântuirii este personificat, însă nu este văzut ca un ipostas distinct în Divinitate. În cartea Înţelepciunii lui Solomon personificarea este mult mai directă şi se stabileşte o paralelă între cuvânt şi înţelepciune (*Hokhma*). Tradiţia rabinică palestiniană menţionează adesea *Memra* (Cuvântul) lui Iahve, care trăieşte, vorbeşte şi lucrează, însă este doar o parafrază care substituie numele lui Iahve. Philon din Alexandria împleteşte învăţătura iudaică şi gândirea greacă: el reprezintă Logosul ca fiind cel ce revelează pe Dumnezeu şi este simbolizat în Scriptură, este Raţiunea tuturor lucrurilor, este cuvântul creator şi puterea care susţine lumea, îi asigură coeziunea şi îi determină legea de dezvoltare. Philon nu vede Logosul ca pe o persoană ci ca pe o idee, o putere, doar ocazional îl identifică cu îngerii, însă aceasta este doar o personificare simbolică. El scrie: „Dacă cineva nu este încă vrednic să se facă fiu al lui Dumnezeu, să se grăbească atunci să se facă asemenea Logos-ului Său, primul născut (*protogonos*) şi cel mai vechi dintre îngeri. El este numit principiu (arhi), nume al lui Dumnezeu, Logos, omul după chip şi cel ce-L vede pe Dumnezeu, Israel. Logosul, care este foarte vechi, este chipul (*eikon*) lui Dumnezeu"[26].

Spre deosebire de teoriile anterioare despre Logos, în Noul Testament Cuvântul nu mai este impersonal, El este o Persoană: „Şi Cuvântul era la Dumnezeu şi Dumnezeu era Cuvântul" (In 1, 2). El nu mai este doar mediator, ci Mijlocitor, el

[26] Philon din Alexandria, *Comentariu alegoric al legilor sfinte după lucrarea de şase zile*, Editura Herald, Bucureşti, 2006, p. 32.

nu mai intermediază între divin şi uman, ci uneşte cele două naturi în Persoana Sa. Sf. Apostol Pavel urmează gândirea ioaneică şi numeşte pe Hristos „puterea şi înţelepciunea lui Dumnezeu” (1 Co 1, 24) şi „icoana lui Dumnezeu” (2 Co 4, 4), iar în Epistola către Coloseni arată că „în El a binevoit Dumnezeu să sălăşluiască toată plinirea. Şi printr-Însul toate cu Sine să le împace, fie cele de pe pământ, fie cele din ceruri, făcând pace prin El, prin sângele crucii Sale” (1, 19-20). Epistola către Evrei dezvoltă teologia Logosului, fără ca această numire să apară în text.

În contact cu filosofia timpului, teologia creştină şi-a îmbogăţit terminologia referitoare la *logos*: *Logos proforikos*, *Logos adiathetos*, *Logos spermatikos*.

Pe aceeaşi linie teologică, ortodoxia credinţei şi fidelitatea faţă de scrierile neotestamentare va fi apărată de Părinţii Apostolici şi de Sfinţii Părinţi din perioada disputelor hristologice, adevărurile de credinţă fiind stabilite în formule clare şi concentrate de către sinoadele ecumenice din veacurile IV-VIII.

Sf. Ignatie Teoforul scrie: „Unul este Dumnezeu, Care S-a arătat prin Iisus Hristos, Fiul Său, Care este Cuvântul Său ieşit din tăcere”[27], iar Epistola către Diognet: „Cuvântul cel veşnic este astăzi ştiut Fiu; prin El se îmbogăţeşte Biserica”[28].

Printr-o analogie psihologică, Origen meditează asupra relaţiei dintre minte şi cuvânt în interiorul Dumnezeirii: Tatăl este asemănat cu mintea (*nous*), iar Fiul este asociat cuvîntului (*logos*). Astfel, cuvântul este transmiţătorul (angelos) ideilor din minte (nous), potrivit textului biblic de la Matei 11,27: „Toate Mi-au fost date de către Tatăl Meu şi nimeni nu cunoaşte pe Fiul, decât numai Tatăl, nici pe Tatăl nu-L cunoaşte nimeni, decât numai Fiul şi cel căruia va voi Fiul să-i desopere”. Fiul, întrucît este Cuvânt, este şi „Înger de mare sfat”, iar „stăpânirea a fost pusă pe umărul Lui” (Isaia 9, 5).

Logosul divin conţine toate raţiunile lucrurilor create, însă nu este un concept general pe care îl cugetă etern Dumnezeu, ci este o Persoană.

> „În realitate e vorba de un Cuvânt personal pe care ni-l descoperă Fiul lui Dumnezeu prin Revelaţie. E un cuvânt pe care nu-l putem scoate sau afla cu mintea omenească. El e dincolo de orice înălţime la care se poate ridica intelectul omenesc. Dar e dincolo nu în înţeles de sens, căci în cazul acesta ni s-ar da pentru a-l încorpora memoriei noastre şi apoi a împlini singuri ceea ce se cuprinde în el. Am fi mai departe sub regimul legii. E dincolo în înţelesul că prin acest Cuvânt ne e însuşi Dumnezeu aproape, aproape nu ca sens, căci am fi tot noi singuri atunci, ci aproape ca persoană, ca subiect ce ne limitează, ca supremă realitate

[27] Către Magnesieni, VIII, 2, în PSB 1, 1979, p. 167.
[28] Epistola către Diognet, XI, 5, în op. cit., p. 345.

deosebită de noi, ce ne împrăştie singurătatea şi ne sileşte să o constatăm şi să luăm atitudine”[29].

Cuvântul lui Dumnezeu şi cuvintele oamenilor

Revelaţia biblică poartă în sine pecetea voinţei divine de a intra în legătură cu oamenii şi de a stabili un dialog de iubire cu făptura care este încoronarea creaţiei. Dumnezeu se descoperă într-un limbaj accesibil fiinţei umane: prin acte de putere, prin imagini şi prin cuvinte. El se apropie de oameni şi îmbracă mesajul Său divin în cuvinte pe care oamenii le folosesc în relaţiile lor de comunicare întreolaltă. Cuvântul este aşadar nu numai cea mai înaltă cale de comunicare interumană, dar şi o cale de dialog cu Dumnezeu.

Dumnezeu a adus lumea din nefiinţă la fiinţă prin puterea cuvântului Său, iar Adam, protopărintele neamului omenesc, a pus nume tuturor animalelor şi păsărilor cerului. În starea paradisiacă, el auzea glasul lui Dumnezeu, însă după căderea în păcat percepţia cuântului divin s-a slăbit. Însă atunci când oamenii se învrednicesc să primească cuvântul lui Dumnezeu, ei constată măreţia şi puterea Lui.

Profeţii, mesagerii lui Dumnezeu

În Vechiul Testament cuvântul (*dabar*) lui Dumnezeu este folosit de 394 de ori, în împrejurări care vorbesc despre comunicarea divină pentru oameni, sub formă de poruncă, profeţie, avertismente sau încurajări. Cuvântul de sus are o autoritate absolută şi trebuie ascultat de îngeri şi de oameni: “Binecuvântaţi pe Domnul toţi îngerii Lui, cei tari la vârtute, care faceţi cuvântul Lui şi auziţi glasul cuvintelor Lui. Binecuvântaţi pe Domnul toate puterile Lui, slugile Lui, care faceţi voia Lui” (Ps 102, 20-21). Dumnezeu are iniţiativa comunicării şi cheamă pe aleşii Săi să asculte cuvântul şi să-l vestească în modul cel mai fidel oamenilor. Sf. Apostol Petru argumentează veracitatea cuvintelor profetice pe temelia voinţei Domnului de a intra în legătură cu creatura Sa: „Şi avem cuvântul proorocesc mai întărit, la care bine faceţi luând aminte, ca la o făclie ce străluceşte în loc întunecos, până când va străluci ziua şi Luceafărul va răsări în inimile voastre. Aceasta ştiind mai dinainte că nici o proorocie a Scripturii nu se tâlcuieşte după socotinţa fiecăruia; Pentru că niciodată proorocia nu s-a făcut din voia omului, ci oamenii cei sfinţi ai lui Dumnezeu au grăit, purtaţi fiind de Duhul Sfânt. (2 Pt 1, 19-21).

[29] Prot. Dr. Dumitru Stăniloae*, Iisus Hristos sau restaurarea omului*, Sibiu, 1943, p. 74.

Descoperirea se face aleşilor Săi, în diferite moduri, iar aceştia au datoria de a merge către oameni şi de a le face cunoscut mesajul. Moise primeşte tablele Legii pe muntele Sinai şi toate descoperirile primite de la Dumnezeu sunt lăsate moştenire poporului Israel, în Tora (Legea). Profeţii care i-au urmat au continuat să fie mesageri ai lui Dumnezeu, chiar dacă uneori conaţionalii lor erau deranjaţi de mesajele primite, şi de aceea reacţionau violent, profeţii fiind alungaţi, batjocoriţi sau chiar ucişi cu pietre. În mijlocul poporului Israel, profetul este *gura Domnului* şi trăieşte organic rolul de transmiţător al glasului divin[30] ce îi agrăieşte: „Şi Domnul mi-a întins mâna, mi-a atins gura şi mi-a zis: *Iată, am pus cuvintele Mele în gura ta*" (Ieremia 1, 9).

Din cărţile profeţilor, vedem că întâlnirea lor minunată cu Dumnezeu nu se reduce la o simplă convorbire, ci mijloacele prin care se face transmiterea voinţei divine cuprind forme complexe care implică întreaga fiinţă, cu mintea, inima şi simţurile. Dar când se vor întoarce în mijlocul semenilor lor, mesagerii divini vor căuta să concentreze în expresii verbale mesajul pe care îl au de transmis.

Cartea profetului Iezechiel se deschide cu viziunea celor patru fiare, şi continuă cu un act de sacrofagie. Domnul îi porunceşte alesului său să consume sulul de hârtie pe care era scris plângere, tânguire şi jale: "Apoi mi-a zis: "Fiul omului, mănâncă ceea ce ai dinainte, mănâncă această hârtie şi mergi de grăieşte casei lui Israel!" Atunci eu mi-am deschis gura şi Acela mi-a dat să mănânc cartea aceea, şi mi-a zis: "Fiul omului, hrăneşte-ţi pântecele şi-ţi satură lăuntrul tău cu această carte pe care ţi-o dau Eu!" Şi eu am mâncat-o şi era în gura mea dulce ca mierea. Apoi Acela mi-a zis: "Fiul omului, scoală şi mergi la casa lui Israel şi le spune cuvintele Mele (Iez 3, 1-4).

Cuvintele lui Hristos-Cuvântul

Prin cuvintele Sale, Mântuitorul Hristos intră în relaţie de comunicare cu oamenii şi le transmite harul Său divin. Dumnezeu-Omul vine să refacă legătura dintre cer şi pământ prin restaurarea omului şi a întregii creaţii. Totodată, El izbăveşte cuvintele de povara non-sensului şi le redă demnitatea de purtătoare ale comunicării pentru comuniune, în continuitate cu cuvântul profetic: „Şi I s-a dat cartea proorocului Isaia. Şi, deschizând El cartea, a găsit locul unde era scris: "Duhul Domnului este peste Mine, pentru care M-a uns să binevestesc săracilor; M-a trimis să vindec pe cei zdrobiţi cu inima; să propovăduiesc robilor dezrobirea şi celor orbi vederea; să slobozesc pe cei apăsaţi şi să vestesc anul plăcut Domnului" (Lc 4, 17-19).

[30] Petre Semen, op. cit., p. 50.

Cuvintele Domnului exprimă întotdeauna adevărul şi de aceea au o valoare netrecătoare şi dătătoare de viaţă: „Cerul şi pământul vor trece, dar cuvintele Mele nu vor trece” (Mt 24, 35), „Cuvintele pe care vi le-am spus sunt duh şi sunt viaţă” (In 6, 63). Ucenicii Săi simt puterea dumnezeiască a cuvintelor lui Hristos: „Simon Petru I-a răspuns: Doamne, la cine ne vom duce? Tu ai cuvintele vieţii celei veşnice. (In 6, 68).

Cuvintele Domnului sunt încărcate de putere împărătească şi au efecte nu numai asupra oamenilor, ci şi asupra duhurilor şi a naturii înconjurătoare. Oamenii se întreabă: „Oare cine este Acesta, că porunceşte şi vânturilor şi apei, şi-L ascultă?” (Lc 8, 25), iar duhurile necurate se înfricoşează şi i se supun.

Cuvintele Domnului au putere de a ierta păcatele oamenilor şi de a aduce vindecare sufletelor şi trupurilor: Iar El i-a zis: Fiică, credinţa ta te-a mântuit, mergi în pace şi fii sănătoasă de boala ta! (Mc 5, 34); Şi Iisus i-a zis: Vezi! Credinţa ta te-a mântuit. (Lc 18, 42). Glasul Domnului cheamă pe Lazăr de dincolo de moarte, aşa cum a făcut-o şi cu fiul văduvei din Nain sau cu fiica lui Iair: „Şi zicând acestea, a strigat cu glas mare: Lazăre, vino afară! 44. Şi a ieşit mortul, fiind legat la picioare şi la mâini cu fâşii de pânză şi faţa lui era înfăşurată cu mahramă. Iisus le-a zis: Dezlegaţi-l şi lăsaţi-l să meargă” (In 12, 43-44).

Hristos, Fiul Tatălui ceresc, îi învaţă pe oameni să se roage şi El Însuşi foloseşte cuvintele oamenilor în relaţia cu Dumnezeu-Tatăl, ca să lumineze cu focul iubirii divine comunicarea prin rugăciune: „Arătat-am numele Tău oamenilor pe care Mi i-ai dat Mie din lume. Ai Tăi erau şi Mie Mi i-ai dat şi cuvântul Tău l-au păzit. Acum au cunoscut că toate câte Mi-ai dat sunt de la Tine; pentru că cuvintele pe care Mi le-ai dat le-am dat lor, iar ei le-au primit şi au cunoscut cu adevărat că de la Tine am ieşit, şi au crezut că Tu M-ai trimis. Eu pentru aceştia Mă rog; nu pentru lume Mă rog, ci pentru cei pe care Mi i-ai dat, că ai Tăi sunt. Şi toate ale Mele sunt ale Tale, şi ale Tale sunt ale Mele şi M-am preaslăvit întru ei” (In 17, 6-10).

Prin cuvintele Domnului pătrunde în inimile oamenilor Evanghelia mântuirii. El învaţă mulţimile în pustie sau la Marea Galileii, în oraşe sau în case, şi cei care Îl ascultă sunt uimiţi de învăţătura Lui. Misiunea profetică este desăvârşită şi se împleteşte cu jertfa supremă asumată prin slujirea preoţească şi cu demnitatea de Împărat al făpturii. Între cuvintele şi acţiunile Mântuitorului nu încape îndoiala sau indecizia, „căci cuvântul lui Dumnezeu e viu şi lucrător şi mai ascuţit decât orice sabie cu două tăişuri, şi pătrunde până la despărţitura sufletului şi duhului, dintre încheieturi şi măduvă, şi destoinic este să judece simţirile şi cugetările inimii” (Evr 4, 12). Unitatea dintre cuvânt şi faptă în lucrarea lui Hristos se împlineşte ca întru începuturile creaţiei lumii: El a zis şi s-a făcut. „Şi a zis Dumnezeu: Să fie lumină! Şi a fost lumină” (Fc 1,3).

Domnul Iisus Hristos intră în dialog cu oamenii pe care îi întâlneşte şi li se adresează cu bunătate şi răbdare, cunoscând starea interioară a fiecăruia. El vorbeşte

direct şi cheamă cu blândeţe pe cei păcătoşi la mântuire, recurge la parabole ca să scoată pe oameni din banalul cotidian şi să-i pregătească pentru intrarea în misterul iubirii lui Dumnezeu pentru noi toţi. Cuvintele sale se aseamănă seminţelor, grăuntelui de muştar, aluatului, luminii, sării pământului. El nu dispreţuieşte pe nimeni, se poartă cu o delicateţe dumnezeiască atunci când vede sinceritate, pocăinţă şi inimă curată, aşa cum procedează în convorbirea cu Femeia Samarineancă de la fântâna lui Iacov. De fiecare dată îi ajută pe oameni să se elibereze de teamă şi de limitele în care ei înşişi se închid. Devine categoric şi mustrător doar atunci când vede făţărnicie, minciună, impostură şi auto-suficienţă.

Cuvintele cu putere multă încredinţate Bisericii

Fiind trupul tainic al lui Hristos, Biserica, luminată de harul Duhului Sfânt, poartă în lume puterea edificatoare, vindecătoare şi sfinţitoare a Cuvântului cel veşnic viu.

Liturghia euharistică este celebrarea prezenţei celei mai intense a lui Hristos cel înviat în mijlocul nostru şi este precedată de Liturghia Cuvântului ca împărtăşire cu Hristos-Cuvântul cel ascuns tainic în cuvintele Scripturii.

> „Prin lecturile din Noul şi din Vechiul Testament noi ne întâlnim mistic cu Hristos-Cuvântul, Care intră prin minte în fiinţa noastră. Prin rugăciunea „Doamne miluieşte" noi invocăm prezenţa milostivă şi iubitoare a lui Hristos. Biserica respiră din acest „Doamne miluieşte", adică respiră din şi în harul iubirii lui Hristos. Prin vederea icoanelor, noi vedem şi simţim că nu ne rugăm singuri, chiar dacă am fi numai trei persoane în biserică. Iconografia ne dă certitudinea că atunci când chemăm numele lui Hristos, noi nu suntem singuri, ci împreună cu Sfinţii Prooroci, cu Sfinţii Apostoli, cu martirii, cu sfinţii din toate timpurile şi din toate locurile. De aceea, mărturisim cu convingere şi bucurie „Hristos în mijlocul nostru". Împărtăşirea cu Sfânta Euharistie este forma vizibilă sau sensibilă cea mai înaltă şi intensă de comuniune în Biserică, dar nu este singura. Hristos a spus că „cine păzeşte cuvintele Mele, rămâne în Mine şi Eu în el" (In 3, 24). Dar acelaşi lucru îl spune despre Euharistie, „cine mănâncă Trupul Meu şi bea Sângele Meu rămâne în Mine şi Eu în el şi Eu îl voi învia în ziua de apoi" (In 6, 54)"[31].

[31] Daniel, Patriarhul BOR, *Comori ale Ortodoxiei*, Trinitas, Iaşi, 2007, pp. 320-321.

Sf. Evanghelie este purtată în procesiune în timpul Sfintei Liturghii şi reprezintă simbolic prezenţa lui Hristos-Cuvântul, Păstorul cel Bun, în mijlocul comunităţii pe care o ocroteşte şi o edifică spirituală pentru comuniunea de viaţă veşnică. Cuvintele sacramentale sunt prelungire peste veacuri a cuvintelor rostite de Domnul în activitatea Sa publică pe pământ şi primesc de la El putere şi eficacitate în Sfintele Taine. Preotul rosteşte cuvintele şi invocă harul divin, iar Hristos-Domnul dăruieşte prin harul Duhului Sfânt binecuvântare şi putere de sus. Epicleza euharistică este paradigma întâlnirii dintre vizibil şi invizibil, uman şi divin, comunicarea devenită comuniune. Gesturile rituale şi rugăciunea rostită de preot pregătesc lucrarea divină de sfinţire şi transfigurare a omului şi a întregii creaţii. Harul Duhului Sfânt împlineşte în timp, până la sfârşitul veacurilor, ceea ce Hristos a împlinit odată pentru totdeauna în lucrarea de răscumpărare şi mântuire a lumii. Cântările, imaginile, gesturile liturgice se împletesc cu cuvintele în rugăciunea Bisericii şi dau expresie vizibilă realităţii spirituale a prezenţei Sfintei Treimi în viaţa Bisericii.

În toate Tainele Bisericii puterea lui Dumnezeu se coboară la invocarea preotului prin cuvintele rugăciunii. Nu cuvintele în sine au putere sfinţitoare, ci harul Duhului Sfânt care se trimite de sus şi puterea transfiguratoare pe care le-a dat-o Însuşi Domnul Iisus Hristos prin folosirea lor în lucrarea Sa mântuitoare. Uneori cuvintele sunt rostite maiestuos, alteori sunt rostite în şoaptă, ca în timpul epiclezei euharistice: „Doamne, Cel ce ai trimis în ceasul al treilea Sfinţilor Tăi ucenici şi apostoli pe Preasfântul Tău Duh, pe Acela, Bunule, nu-L lua de la noi ci Îl înnoieşte întru noi, cei ce ne rugăm Ţie". Rugăciunile şi binecuvântările din cultul ortodox au o dimensiune vizuală sau muzicală, însă niciodată nu sunt lipsite de cuvinte.

Rugăciunile preoţilor întăresc şi înalţă rugăciunile individuale ale credincioşilor. Prin rugăciune, preotul cheamă mila şi ajutorul lui Dumnezeu ca să alunge duhurile necurate, să tămăduiască de boli, să sfinţească apa şi prin puterea acesteia să se curăţească şi să se sfinţească lumea înconjurătoare: „Tu Însuţi, dar, Iubitorule de oameni, vino şi acum prin pogorârea Sfântului Tău Duh, care sfinţeşte toate, şi sfinţeşte apa aceasta". Cuvântul este mijlocul prin care credinciosul îşi mărturiseşte păcatele în Taina Sfintei Spovedanii şi primeşte dezlegare de greşeli: „…Şi în orice chip, ca un om, purtând trup şi vieţuind în lume, a fost înşelat de diavolul: sau în cuvânt, sau în faptă, sau cu ştiinţă, sau cu neştiinţă; sau cuvântul preotului a călcat, sau sub blestem preoţesc este, sau sub blestemul său a căzut, sau cu jurământ pe numele lui Dumnezeu s-a jurat şi l-a călcat…".[32] Cuvântul are, în viaţa duhovnicească, un rol crucial, făcând legătura între planul invizibil al gândurilor şi planul vizibil al faptelor. De aceea, şi iertarea păcatelor are ca vehicul

[32] Molitfelnic, pp. 64-65.

mijlocitor cuvântul rostit de duhovnic, repetare rituală a cuvintelor rostite odinioară de Hristos: „Fiule, ieratate îţi sunt ţie păcatele. Mergi în pace" (Mc 4, 33). Preotul se roagă în Taina Mărturisirii: *„ ...binevoieşte să se dezlege robul Tău acesta (N) prin **cuvânt**, iertându-i lui şi blestemul şi jurământul după mare mila Ta*"[33].

Ambivalenţa cuvintelor omeneşti

Cuvintele sunt căi de auto-revelare a persoanei şi de căutare a unei relaţii continue cu Dumnezeu sau cu semenii. Vorbirea îşi are izvorul în vistieria ascunsă a inimii şi de aceea prin ea se manifestă stări sufleteşti de profunzime: "Căci din prisosul inimii grăieşte gura. Omul cel bun din comoara lui cea bună scoate afară cele bune, pe când omul cel rău, din comoara lui cea rea scoate afară cele rele" (Mt 12, 34-35). Exprimarea prin cuvânt reflectă alegerea liberă a persoanei şi orientarea ei către bine sau către rău, către virtute sau către păcat, către dreptate sau către minciună. Vorbirea nu este o transmitere neutră de mesaje, ci angajează întreaga fiinţă şi este impregnată de o încărcătură spirituală şi morală.

Din Sf. Scriptură şi din scrierile Părinţilor Bisericii se pot contura, din perspectiva întrebuinţării cuvintelor, două atitudini spirituale: **dreptul** şi **păcătosul**, omul care caută comuniunea cu Dumnezeu şi omul care se supune influenţelor demonice. Viaţa omului depinde de gânduri, de fapte şi de vorbire: cine îşi păzeşte limba, îşi păzeşte şi sufletul : „Vă spun că pentru orice cuvânt deşert, pe care-l vor rosti, oamenii vor da socoteală în ziua judecăţii. Căci din cuvintele tale vei fi găsit drept, şi din cuvintele tale vei fi osândit" (Mt 12, 37).

Dar cuvintele omului au ca izvor de viaţă cuvântul Domnului. Legătura permanentă cu Dumnezeu dăruieşte omului pace, bunătate şi sfinţenie. Credincioşii : sunt cu luare aminte la cuvântul lui Dumnezeu (Ps 118, 93-95), cred în el (In 17, 8 ; FA 17, 11), află mulţumire în el (Ps 118, 103), cugetă la el ca la ceva plăcut (Ps 118, 10-11 şi 103), îl preţuiesc mai mult decât comorile (Ps 118, 10-11), îl păstrează în inimă (Ps 118, 11), cel care îl păzeşte va găsi bine (pilde 16, 20 şi 13,13)[34].

Dreptul şi **înţeleptul** sunt idealurile de frumuseţe spirituală, iar fericirea lor depinde de mânuirea armei cuvântului. Psalmistul exprimă rolul îndreptător şi binefăcător al cuvintelor Domnului în viaţa omului: „De la toată calea cea rea mi-am oprit picioarele mele, ca să păzesc *cuvintele* Tale. De la judecăţile Tale nu m-am abătut, că Tu ai pus mie lege. *Cât sunt de dulci limbii mele, cuvintele Tale, mai mult decât mierea, în gura mea!* (Psalm 118, 101-103). Iar înţeleptul rege Solomon cântă bucuria vieţuirii înţelepte ca pe o răsplată în sine a omului virtuos : « Cel care ia

[33] Ibidem, p. 65.
[34] Concordanţă biblică tematică, Trinitas, Iaşi, 2000, p. 103.

aminte la *cuvânt* află fericirea, iar cel ce se încrede în Domnul este fericit. Cel ce este înţelept se cheamă priceput*; dulceaţa cuvintelor de pe buzele lui înmulţeşte ştiinţa*. Înţelepciunea este un izvor de viaţă pentru cine o are; pedeapsa celui nebun e nebunia. Inima celui înţelept dă înţelepciune gurii lui şi pe buzele sale sporeşte ştiinţa. Cuvintele frumoase sunt un fagure de miere, dulceaţă pentru suflet şi tămăduire pentru oase » (Pilde 16, 20-24).

Omul drept vorbeşte despre desăvârşirea lui Dumnezeu, povesteşte binefacerile Lui, mulţumeşte pentru darurile primite şi îi înalţă slavă pentru toate.

Sf. Apostol Iacob compară limba, organul vorbirii, cu zăbala pusă în gura cailor şi cu cârma corabiei. Aparent mică şi neînsemnată, ea are un rol esenţial în viaţa oamenilor: "Cu ea binecuvântăm pe Dumnezeu şi Tatăl, şi cu ea blestemăm pe oameni, care sunt făcuţi după asemănarea lui Dumnezeu. Din aceeaşi gură ies binecuvântarea şi blestemul. Nu trebuie, fraţii mei, să fie acestea aşa. Oare izvorul aruncă din aceeaşi vână, şi apa dulce şi pe cea amară? Nu cumva poate smochinul, fraţilor, să facă măsline, sau viţa de vie să facă smochine? Tot aşa, izvorul sărat nu poate să dea apă dulce (Iac 3, 9-12).

Vieţuirea creştină din Biserica primară era o transpunere în acţiune a cuvântului lui Dumnezeu, modelul de comportament fiind inspirat de Pedagogul divin, Mântuitorul Iisus Hristos:

> „Că aşa sunt cele ale noastre, ale celor care-L urmăm pe Hristos: cum ne sunt gândurile aşa ne sunt şi cuvintele; cum ne sunt cuvintele aşa ne sunt şi faptele; şi cum ne sunt faptele, aşa ne este şi viaţa. Şi bună este întreaga viaţă a celor care au cunoscut pe Hristos"[35].

În cultura antichităţii a înflorit *retorica*, arta de a vorbi frumos în public, cu scopul de a convinge. Aristotel acorda retoricii un statut egal şi complementar cu cel al filosofiei, deşi Platon reproşase retoricii că nu este o cale autentică de cunoaştere. Funcţiile retoricii (persuasivă, hermeneutică, euristică, pedagogică) au fost teoretizate în gândirea marilor oratori din lumea greco-romană, fiind predate apoi în şcolile creştine până târziu, în zorii modernităţii. Părinţii Bisericii din primele veacuri au studiat ei înşişi retorica, dar s-au depărtat de „retorii cei mult vorbitori", au încreştinat arta cuvântului bine gândit şi au pus-o în slujba propovăduirii Cuvântului mai presus de cuvinte, prin predici şi omilii. Fericitul Augustin afirmă că după ce logica a convins spiritul prin argumente raţionale, retorica o înlocuieşte prin acţiunea triadei: *docere* (a instrui), *delectare* (a seduce), *movere* (a convinge).

[35] Clement Alexandrinul, *Protrepticul*, XII, 123.1, în PSB 4, p. 162.

Cel mai mare predicator al creştinătăţii, Sf. Ioan Gură de Aur, face din cuvânt cale de proproveduire a adevărului mântuirii şi totodată se arată un doctor exigent şi priceput în vindecarea patimilor legate de reaua întrebuinţare a vorbirii:

> „Să punem dar uşă şi zăvor gurii, căci de la flecăreli izvorăsc mii de rele, precum case stricate, prietenii rupte şi alte mii de păcate. Nu cerceta deci pe aproapele tău, omule! Dar poate că eşti guraliv, poate că ai acest cusur? Ei! Atunci vorbeşte de cele ale tale lui Dumnezeu cât mai mult, şi atunci cusurul tău nu se va mai numi cusur, ci o calitate bună. Vorbeşte de cele ale tale către prieteni, către cei mai buni prieteni ai tăi, zic: către cei buni şi drepţi, şi aceştia se vor ruga lui Dumnezeu pentru iertarea păcatelor tale. Dacă tu spui de cele ale altora, nu te foloseşti cu nimic, nu câştigi nimic, ci încă pierzi”[36].

Cuvântul are puterea de a vindeca, dar are şi puterea să ucidă. Minciuna, înşelăciunea, manipularea prin discursuri demagogice sunt calificate de spiritualitatea creştină drept păcate grave. Relaţia fiinţială dintre adevăr şi libertate ţine de intarea în comuniune cu Dumnezeu, căci satana este „tatăl minciunii”.

> Potrivit Revelaţiei, Dumnezeu este afirmaţie, afirmaţia absolută. Aşa cum mărturiseşte Sfântul Apostol Pavel, în logosul dumnezeiesc totul este da (2 Co 1, 17-20), adică fiinţa eternă, cuvântul creator, în timp ce orice negaţie, îndoială sau sfâşiere între gând şi cuvânt, se dovedeşte a fi o excrescenţă de natură diabolică grefată pe fiinţă, aparţinând patologiei spirituale. Dacă în Hristos ni se oferă doar acel da fundamental, care echivalează cu Amin-ul euharistic, în Satana totul este nu, totul este negaţie şi minciună. De aceea, a folosi darul sacru al cuvântului pentru a deforma ori a ascunde în mod conştient adevărul, pentru a fabrica aparenţe mincinoase ce se grefează pe „trupul” realităţii, înseamnă a-şi trăda vocaţia de „templu al lui Dumnezeu” (1 Co 3, 16) şi a deveni în mod conştient „sinagogă a Satanei” (Ap 3, 9), adică un topos demonic, în care „tatăl minciunii” locuieşte ca „întru ale sale” (cf. In 8, 44)[37].

Asceza cuvântului din spiritualitatea filocalică şi grija permanentă a Bisericii faţă de dreapta vieţuire nu doar prin fapte, ci şi prin cuvânt şi prin gând sunt cu atât mai necesare în comunitatea umană cu cât se perfecţionează mijloacele de comunicare şi mesajele ajung la grupuri tot mai mari de oameni.

---

[36] Sf. Ioan Gură de Aur, *Comentariile sau explicarea Epistolei către Evrei*, omilia XXI, Bucureşti, 1923, p. 264.
[37] Pr. Ioan Bizău, „Cuvântul, între adevăr şi minciună”, *Renaşterea*, Anul XVIII, Serie nouă, nr. 10 (210), octombrie 2007, p. 4.

CUVÂNTUL LUI DUMNEZEU TRANSMIS PRIN MASS-MEDIA

„ *... ce am văzut şi am auzit, vă vestim şi vouă,*
ca şi voi să aveţi comuniune cu noi”
(1 Ioan 1, 3)

Cuvântul lui Dumnezeu – centrul spiritual al Sfintei Scripturi şi al vieţii Bisericii

Evenimentul Învierii lui Hristos fundamentează interpretarea eclesială normativă a Sfintei Scripturi în sensul că diversele ei scrieri converg în Taina Persoanei lui Hristos, Care este conţinutul spiritual cel mai profund şi centrul unificator al Bibliei. *Prima interpretare hristocentrică a Bibliei a fost făcută de Însuşi Hristos* Cel înviat pe drumul spre Emaus: „*Şi El a zis către ei: O, nepricepuţilor şi zăbavnici cu inima ca să credeţi toate câte au spus proorocii! Nu trebuia, oare, ca Hristos să pătimească acestea şi să intre în slava Sa? Şi începând de la Moise şi de la toţi prooroci,* ***le-a tâlcuit lor din toate Scripturile cele despre El***” (Luca 24, 25-27).

Totuşi, taina lui Dumnezeu-Cuvântul întrupat nu constituie doar centrul spiritual al Sfintei Scripturi, ci şi centrul vital al Tradiţiei, al credinţei, vieţii şi misiunii Bisericii în lume. În acest sens, nu există nici o opoziţie între Scriptură, Tradiţie şi Biserică. Cuvântul lui Dumnezeu precede Scriptura, deoarece el a fost mai întâi primit de o persoană sau de o comunitate de credinţă care l-a memorat şi transmis oral din generaţie în generaţie. Fixarea în scris a acestei Tradiţii a ascultării Cuvântului lui Dumnezeu a produs Scriptura sau Biblia. În acest sens, *Scriptura este*

forma concentrată a Tradiţiei unui popor fidel Cuvântului lui Dumnezeu, *iar Tradiţia este forma dezvoltată sau explicită a Scripturii în viaţa poporului Israel şi apoi în viaţa Bisericii*.

De aceea, Biserica, în calitatea ei de Trup tainic al lui Hristos, ca realitate euharistică şi eshatologică, aflată în permanent proces creştere spirituală, însufleţită de acelaşi Duh Sfânt Care a inspirat Scripturile, are vocaţia de a trăi şi mărturisi *prezenţa Cuvântului lui Dumnezeu în fiecare din scrierile Sfintei Scripturi*, după cum Cuvântul întrupat este prezent întreg în fiecare părticică din pâinea euharistică împărţită. În acest sens, Părinţii Bisericii arată că *în Biserica lui Hristos ne hrănim din conţinutul spiritual al Sfintelor Scripturi, ca şi din pâinea euharistică deoarece conţinutul spiritual al acestora este Hristos Însuşi.*

Sfânta Scriptură: mijloc divino-uman de comunicare şi de comuniune

Pentru Sfinţii Apostoli, Sfânta Scriptură este un mijloc de comunicare a Revelaţiei şi înţelepciunii divine care informează şi formează pe creştin după chipul lui Hristos. În Scriptură creştinul găseşte înţelepciunea lui Dumnezeu-Cuvântul care se comunică oamenilor într-o diversitate de forme şi circumstanţe. Această convingere este exprimată mai ales de Sfântul Apostol Pavel, care scrie ucenicului său Timotei: „*Sfintele Scripturi au puterea să te înţelepţească spre mântuire prin credinţa întru Hristos Iisus. Toată Scriptura este insuflată de Dumnezeu şi de folos spre învăţătură, spre mustrare, spre îndreptare, spre înţelepţirea cea întru dreptate, astfel ca omul lui Dumnezeu să fie desăvârşit, bine pregătit pentru orice lucru bun*” (II Timotei 3, 15-17).

Sfântul Ioan Evanghelistul arată şi mai clar că *scopul propovăduirii Cuvântului lui Dumnezeu este realizarea comuniunii divino-umane descoperite prin întruparea Cuvântului lui Dumnezeu.* Pentru el, Cuvântul lui Dumnezeu este *Cuvântul vieţii,* Care nu este numai ascultat, ci se lasă şi văzut (contemplat) şi atins. Astfel, **Apostolul care anunţă Cuvântul lui Hristos devine martor şi vestitor al vieţii veşnice**: „*Ce era de la început, ce **am auzit**, ce **am văzut cu ochii noştri**, ce **am contemplat** şi **mâinile noastre au pipăit despre Cuvântul vieţii** – şi Viaţa S-a arătat şi am văzut-o şi mărturisim şi **vă vestim Viaţa de veci, care era la Tatăl şi S-a arătat nouă** – ce am văzut şi am auzit, vă vestim şi vouă, **ca şi voi să aveţi comuniune cu noi**. Iar comuniunea noastră este cu Tatăl şi cu Fiul Său, Iisus Hristos. Şi acestea noi vi le scriem, ca bucuria noastră să fie deplină*" (I Ioan 1, 1-4).

Deoarece Hristos rămâne mereu prezent în Biserică până la sfârşitul veacurilor (cf. Matei 28, 20)*, citirea Sfintei Scripturi, prin care noi intrăm în comuniune cu Hristos – Cuvântul vieţii, este întotdeauna un act de comuniune spirituală, exprimată în diverse moduri, cu scopul ca omul întreg, suflet şi trup, să guste din taina prezenţei iubirii lui Dumnezeu arătată în Hristos.*

În Biserica Ortodoxă, Cuvântul lui Dumnezeu este interpretat printr-o diversitate de abordări spirituale care pun în evidenţă atât bogăţia Sfintei Scripturi, cât şi forţa ei de a fi izvor de inspiraţie teologică şi artistică, spirituală şi misionară.

Scriptura cea una este citită, receptată şi exprimată în forme multiple: verbală (omilia), vizuală (iconografia), muzicală (imnografia), arhitecturală, artistică-poetică, cinematografică şi mediatică .

Lectura pluriformă a Bibliei are drept scop creşterea spirituală a comunităţii religioase în relaţia sa cu Sfânta Treime, cu oamenii şi cu creaţia (universul). *Astfel, prin citirea Sfintei Scripturi, Cuvântul Vieţii se înscrie în viaţa Bisericii pentru a aprofunda comuniunea oamenilor cu Împărăţia Tatălui, a Fiului şi a Sfântului Duh.*

Asemenea participării la Euharistie, citirea Sfintei Scripturi trebuie să devină mereu o pregătire pentru viaţa cerească veşnică şi o pregustare a ei, conform făgăduinţei Domnului nostru Iisus Hristos, Care a spus: „***Cel ce ascultă cuvântul Meu*** *şi crede în Cel ce M-a trimis* ***are viaţă veşnică*** *şi la judecată nu va veni, ci s-a mutat din moarte la viaţă*" (Ioan 5, 24).

Aşadar, propovăduirea Cuvântului lui Dumnezeu are un scop mântuitor precis: să cheme persoanele umane la participarea la viaţa lui Hristos Cel răstignit, înviat şi preaslăvit pentru a dobândi viaţa şi bucuria veşnică a lui Dumnezeu.

Necesitatea vestirii Cuvântului lui Dumnezeu şi prin noile mijloace de comunicare

Vestirea Cuvântului lui Dumnezeu reprezintă pentru Biserică vocaţia sa primordială (cf. Matei 28, 18-20, Fapte 1, 8 ș.a.), lucrarea sa misionară pentru viaţa lumii. De aceea, în fiecare epocă istorică, comunități religioase dinamice s-au implicat activ în cunoașterea și utilizarea noilor tehnologii de comunicare. Elocvent în acest sens este și faptul că *primul rezultat al tiparului cu litere mobile inventat de Johannes Gutenberg a fost o Biblie.* Astfel, se deschidea la jumătatea secolului al XVII-lea un nou drum pentru cultura și cunoașterea umană, dar și pentru vestirea Evangheliei lui Hristos prin cărți și publicații tipărite.

Însă progresele tehnice accelerate din ultimele decenii au provocat mutații *nu numai în privința raporturilor dintre oameni și uneltele lor de lucru, ci și în privința relațiilor interumane și a structurilor sociale*. Prin urmare, toate religiile mari ale lumii și-au adaptat metodele de transmitere a doctrinelor religioase și preceptelor morale la noua cultură dominată de mijloacele moderne de comunicare. Din Europa până în India, din America Latină până în țările de tradiție islamică, radioul și

televiziunea au intrat în viața comunităților religioase. Astfel, sute de milioane de oameni experimentează credința religioasă prin mass-media[38].

Chiar dacă unele grupări religioase critică vehement apropierea religiei de mass-media, întrebarea unui cunoscut sociolog (Arthur Chris) dacă, pentru un adolescent de astăzi (care adună până la 16 ani 20.000 de ore de vizionare TV)[39], sensul sacrului este identic cu al strămoșului lui de acum 300 de ani, devine pertinentă și invită la reflecţie. Cert este că, într-adevăr, *percepția realității de către generațiile mai noi este sensibil diferită față de generațiile anterioare*[40].

Cu intensități și accente diferite, lumea religioasă de astăzi a găsit în mijloacele de comunicare noi vectori de intensificare a misiunii. Papa Paul al VI-lea numea, în 1971, mijloacele de comunicare socială „daruri ale lui Dumnezeu", iar Papa Ioan-Paul al II-lea a susţinut cu multă încredere dezvoltarea acestor mijloace el pe care le numea: „noi frontiere ale misiunii".

Biserica Ortodoxă consideră că noile mijloace de comunicare, precum radioul, televiziunea, internetul, presa scrisă oferă noi şanse pentru misiune, însă atrage atenţia, în acelaşi timp, şi asupra provocărilor pe care reaua întrebuinţare o pot aduce vieţii personale şi comunitare a oamenilor.

Patriarhia Română și misiunea prin mass-media

În condițiile libertății sociale în România de după 1990, Biserica Ortodoxă Română a început să acorde o atenție specială comunicării mesajului credinţei prin

[38] *Encyclopedia of Religion*, Second Edition, Thomson Gale, 2005, vol. XI, p. 7709 sq.
[39] Arthur Chris, "Introduction" la *Religion and the Media*, University of Wales Press, Cardiff, 1993, p. 13.
[40] Pierre Babin et Marshall Mac Luhan, *Autre homme, autre chrétien à l'âge électronique*, Editions du Chalet, Lyon, 1977.

mass-media, având convingerea că transmiterea Cuvântului lui Dumnezeu prin mijloacele de comunicare moderne *intensifică şi extinde comuniunea eclesială şi lucrarea misionară a Bisericii*[41].

După mai multe experienţe comunicaţionale pozitive la nivelul unora din eparhiile sale, Patriarhia Română a amplificat în ultimii ani misiunea sa prin utilizarea mass-mediei moderne, însă nu ca un substitut pentru pastoraţia tradiţională, care favorizează contactul personal direct dintre preot şi credincioşi, ci ca sprijin tehnic pentru a face cunoscute în societatea de astăzi viaţa liturgică, culturală, catehetică, socială şi filantropică a Bisericii. La 27 octombrie 2007 (sărbătoarea Sfântului Cuvios Dimitrie cel Nou din Basarabi şi hramul Catedralei Pateriarhale), a fost înfiinţat *Centrul de Presă BASILICA* al Patriarhiei Române, cu sediul central în Palatul Patriarhiei din Bucureşti. Acesta cuprinde cinci componente: **Radio TRINITAS**, televiziunea **TRINITAS TV**, un grup de trei publicaţii (cotidianul **Ziarul Lumina**, săptămânalul **Lumina de Duminică**, revista lunară **Vestitorul Ortodoxiei**), **Agenţia de ştiri BASILICA**, **Biroul de Presă şi Relaţii Publice**.

Obiectivele Centrului de presă BASILICA sunt formulate în art. 5 din ***Statutul de organizare şi funcţionare*** *al acestuia*:

a) Cultivarea unei relaţii active şi a unei colaborări fructuoase între cler şi credincioşi, între Biserică şi societate.

b) Prezentarea în societate a instituţiilor, activităţilor şi atitudinilor Bisericii Ortodoxe Române, cu deschidere spre dialog şi cooperare.

c) Cultivarea valorilor moralei creştine şi promovarea activităţilor cultural-educative în societate, sprijinirea dezvoltării comunităţilor locale.

[41] Pr. Nicolae Dascălu, *Comunicare pentru comuniune. O perspectivă ortodoxă asupra mass-media*, Trinitas, Iaşi, 2000.

d) Mediatizarea programelor social-filantropice şi cultural-misionare ale Bisericii.

e) Promovarea obiectivităţii şi respectarea principiilor deontologiei jurnalistice în relatarea evenimentelor, în prezentarea persoanelor şi a instituţiilor.

f) Stabilirea de parteneriate cu instituţii de presă, de cultură şi de educaţie din ţară şi din străinătate.

g) Încurajarea dialogului credinţei creştine cu filosofia, ştiinţa, arta şi alte domenii de manifestare ale spiritului uman creator de valori perene.

Radio TRINITAS este primul post de radio ortodox înfiinţat în România (1998). În 2007, după transferul nostru de la Iaşi la Bucureşti, acesta a devenit postul de radio al Patriarhiei Române *şi contribuie la susţinerea activităţii cultural-misionare a Bisericii Ortodoxe Române, în ţară şi în diaspora română.* Deşi este un post de radio al Bisericii, Radio TRINITAS nu este strict eclesiastic, întrucât în programele sale se află şi dezbateri despre probleme actuale ale lumii de azi, dialogul dintre credinţă şi cultură, teologie şi ştiinţă, educaţie şi demnitate umană. În prezent Radio TRINITAS deţine 34 de frecvenţe terestre funcţionale (FM), acoperind 85% din teritoriul României, la care se adaugă două frecvenţe via satelit, pentru Europa și America. Din anul 2002, Radio TRINITAS poate fi recepţionat în întreaga lume prin Internet (www.radiotrinitas.ro și www.trinitas.ro).

Radio TRINITAS dezvoltă parteneriate de cooperare mediatică şi cu celelalte posturi de radio ortodoxe din România (Radio *Renaşterea*-Cluj, Radio *Reîntregirea*-Alba Iulia, Radio *Dobrogea*-Constanţa, Radio *Lumina*-Drobeta Turnu Severin) și este membru al CERC (*Conferința Europeană a Radiourilor Creştine*).

TRINITAS TV şi-a început activitatea la Bucureşti, în ziua de 27 octombrie 2007, odată cu înființarea *Centrului de Presă BASILICA*, din care face parte integrantă. Prin intermediul acestei televiziuni, Patriarhia Română informează prin

cuvânt și imagine opinia publică despre evenimentele bisericeşti, lucrarea pastoral-misionară, socială, educaţională şi culturală a Bisericii, aducând în atenţia publicului interesat istoria, cultura şi tezaurul de credinţă şi spiritualitate creştină românească în context european.

Presa scrisă este reprezentată la nivelul central al Patriarhiei Române prin trei publicaţii: cotidianul **Ziarul Lumina**, săptămânalul **Lumina de Duminică** şi lunarul **Vestitorul Ortodoxiei**, toate realizate prin eforturile aceleiaşi echipe editoriale, care uneşte elanul tinereţii cu jurnalismul profesional. **Ziarul Lumina** apare fără întrerupere din 7 februarie 2005, fiind *singurul cotidian creştin din România* şi, totodată, *singurul cotidian creştin ortodox din lume*. ***Ziarul Lumina*** este important nu numai pentru rolul său informativ, ci şi *pentru formarea conştiinţei creştinului prezent şi activ în societate,* în acelaşi timp fiu al Bisericii şi cetăţean al patriei pământești.

Agenţia de ştiri BASILICA are rolul de a prezenta, sub forma ştirilor şi a documentarelor de presă, instituţiile, activităţile şi atitudinile Bisericii Ortodoxe Române, precum şi ale altor Biserici, în diferite probleme actuale. Agenţia de ştiri îşi întemeiază lucrarea pe vocaţia originară a Bisericii de a transmite lumii *Vestea cea Bună* a mântuirii în Hristos. Într-o societate dominată de comunicare electronică, de supra-informare, supra-producţie şi supra-consum, informaţia religioasă are rolul de a reaminti oamenilor necesitatea unui *discernământ informaţional, care* ***distinge între valori efemere şi valori perene****, între ştiinţă şi înţelepciune, între cunoştinţe multiple şi comuniune profundă cu Dumnezeu şi cu oamenii, unind permanent libertatea cu responsabilitatea în viaţa personală, familială şi socială.*

Activitatea **Biroului de Presă şi Relaţii Publice** este următoarea: *mediatizarea activităţii Bisericii, monitorizarea presei scrise şi a canalelor audiovizuale, cu o atenție specială asupra activităților și evenimentelor religioase, stabilirea şi menţinerea legăturii cu jurnalişti acreditaţi* din partea agenţiilor de

presă româneşti şi străine, a posturilor de radio şi televiziune din țară și din afara României.

Din punct de vedere financiar, Centrul de presă BASILICA este în exclusivitate susţinut de Biserica Ortodoxă Română, prin contribuţia eparhiilor şi a parohiilor.

Transmiterea zilnică a *Sfintei Liturghii*, a slujbei *Vecerniei*, a *Rugăciunilor de dimineaţă şi de seară* de către radio şi televiziune, citirea şi explicarea zilnică a *Apostolului* şi *Evangheliei* la Radio TRINITAS şi inserarea lor în Ziarul Lumina *contribuie la o cunoaştere mai profundă a Cuvântului lui Dumnezeu ca lumină a vieţii cotidiene şi a comuniunii eclesiale.*

Atunci când individualismul şi goana după profitul material imediat se intensifică, *este mai mare nevoie de comuniune spirituală între oameni şi de căutare de valori spirituale permanente şi profunde*. În viaţa materială, puternic influenţată de piaţa economică, toate se cumpără şi se vând, însă, *în viaţa spirituală, valorile se primesc şi se dăruiesc, pentru a creşte spiritual în lumina şi în iubirea Preasfintei Treimi*[42].

Cuvântul lui Dumnezeu comunicat prin televiziune:

1. *Creştinismul ortodox valorifică în modul cel mai intens vizualul credinţei prin iconografie*. După ce L-au întâlnit pe Hristos-Mesia, oamenii îşi argumentează afirmaţiile prin experienţa lor *vizuală*, nu doar auditivă. Astfel, în primul capitol al Evangheliei după Ioan, citim că Filip cheamă simplu pe Natanael să facă cunoştinţă cu Iisus din Nazaret, Fiul lui Dumnezeu Cel întrupat: *„Vino şi vezi!“* (Ioan 1, 46).

[42] † Daniel, Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române, „Misiune prin imagine și cuvânt”, în vol. *Misiune pentru mântuire. Lucrarea Bisericii în societate*, Basilica, Bucureşti, 2009, p. 535.

Iar Epistola I a aceluiaşi Evanghelist Ioan accentuează valenţele spirituale ale vizibilului: *„Ceea ce **am văzut şi am auzit vă vestim şi vouă**, ca şi voi să aveţi părtăşie cu noi. Iar părtăşia noastră este cu Tatăl şi cu Fiul Său, Iisus Hristos.“* (I Ioan 1, 3).

În Noul Testament, Hristos-Domnul este numit *Cuvântul lui Dumnezeu* (cf. Ioan 1, 1 şi 14) şi *Icoana* sau *Chipul lui Dumnezeu* Cel nevăzut (cf. Coloseni 1, 15).

În învăţătura Bisericii Ortodoxe, icoana (adică imaginea stilizată şi transfigurată a unei persoane sfinte sau a unui eveniment din istoria mântuirii) *este expresie vizuală a credinţei şi a comuniunii omului cu Dumnezeu*. Dincolo de motivaţia strict estetică, lăcaşurile de cult sunt împodobite cu picturi întrucât acestea sunt *memorial vizual al persoanelor sau evenimentelor Sfintei Scripturi şi al sfinţilor Bisericii de-a lungul secolelor*.

2. *Televiziunea Bisericii transmite Cuvântul lui Dumnezeu mai ales oamenilor singuri şi bolnavi*, adică ea mediază participarea lor vizuală şi auditivă la Sfânta Liturghie. Totuşi, televiziunea nu poate înlocui participarea fizică, directă, a credincioşilor la comuniunea euharistică celebrată în comunitatea eclesială concretă, deoarece proximitatea virtuală nu este identică sau egală cu cea fizică.

3. *Televiziunea Patriarhiei Române urmăreşte şi punerea în valoare a **patrimoniului cultural sacru***, inspirat de Sfânta Scriptură şi de vieţile Sfinţilor pentru care Cuvântul lui Dumnezeu a devenit *Cuvântul vieţii*, lumina vieţii lor pământeşti şi cereşti.

4. *Deci, postul de televiziune al Bisericii promovează **cultura frumuseţii spirituale***, prin elevaţia sau trecerea de la frumuseţea estetică a artei, la frumuseţea mistică sau spirituală a rugăciunii şi a virtuţilor evanghelice, dintre care cea mai importantă este dragostea. În acest sens, Biserica Ortodoxă are o rugăciune de binecuvântare pentru „*cei ce iubesc frumuseţea Casei Domnului”*.

Biserica proclamă frumuseţea spirituală a credinţei creştine prin icoană, cărţi de cult, veşminte, vase liturgice, miniatură, iconostase şi mobilier bisericesc sculptat, muzică sacră etc. Astfel, *cuvântul Evangheliei este susţinut de imaginea sacră pentru a celebra frumuseţea comuniunii lui Dumnezeu cu oamenii şi pentru a prefigura simbolic şi profetic slava Ierusalimului ceresc despre care vorbeşte cartea Apocalipsei* (cap. 21).

De asemenea, cultivarea frumosului artei sacre poate fi imbold pentru cultivarea bunătăţii sufletului, deoarece omul e frumos cu adevărat numai dacă are suflet bun. Astfel, *frumuseţea credinţei se exprimă mai ales în bunătatea inimii*.

În timp ce televiziunile comerciale, influenţate puternic de secularism, pun în mod exacerbat accentul pe senzaţionalul şi spectaculosul efemer, care agită sufletul, *televiziunea Bisericii acordă atenţie frumuseţii spirituale profunde, care este frumuseţe a păcii şi a bucuriei sufletului omului în comuniune cu Dumnezeu, ca pregustare a bucuriei din Împărăţia cerurilor, aceasta fiind „dreptate, pace şi bucurie în Duhul Sfânt”* (Romani 14, 17).

Valori fundamentale de promovat prin comunicarea mediatică:

O primă valoare care trebuie apărată şi cultivată prin comunicarea mediatică creştină este adevărul credinţei creştine în contextul realităţilor de astăzi, deoarece adevărul de credinţă comunicat sau împărtăşit are o putere sfinţitoare în el însuşi. Semnul că într-o persoană este activ harul Duhului Sfânt este dragostea sa pentru

adevăr şi pentru dreptate. Sfânta Scriptură arată că foamea şi setea de adevăr şi dreptate sunt semne veritabile ale lucrării Duhului Sfânt în om (cf. Matei 5, 6).

Alte valori de apărat, cultivat şi comunicat sunt demnitatea persoanei umane, creată după chipul lui Dumnezeu, sfinţenia familiei, a prieteniei şi a păcii între oameni. Vedem azi că mijloacele de comunicare în masă care cultivă patimile egoiste, ura şi violenţa sunt nocive din punct de vedere spiritual. Ele cauzează degradarea persoanei şi a vieţii umane în familie, în societate şi între naţiuni.

Persoana umană, creată după chipul Persoanei divine, veşnică şi infinită, nu trebuie niciodată redusă la valoarea de obiect perisabil şi limitat, deoarece sufletul omului este mai preţios decât toate bunurile materiale, decât toate galaxiile universului, cunoscute şi necunoscute. Desigur, odată cu demnitatea persoanei umane trebuie cultivate împreună libertatea şi responsabilitatea omului în viaţa sa personală, familială, eclesială şi socială.

Concluzie

Biserica are datoria de a vesti sau proclama Cuvântul lui Dumnezeu şi de a cultiva comuniunea omului cu Dumnezeu pentru dobândirea mântuirii şi în lumea secularizată de astăzi.

Lumina pe care o transmite Biserica prin mass-media este conţinută în Evanghelie, în viaţa liturgică, în viaţa mistică a sfinţilor şi în filantropia sau activitatea socială a creştinilor. Această lumină este pregustare a luminii veşnice din Împărăţia lui Dumnezeu. Astfel, Cuvântul lui Dumnezeu adună în comuniune cu Dumnezeu pe toţi cei ce L-au primit ca fiind *Cuvântul vieţii veşnice*.

† DANIEL

Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române

FUNCŢII ŞI DISFUNCŢII ALE MASS-MEDIA ÎN SOCIETATE

În societăţile moderne, mass-media formează o parte importantă a sistemului, chiar prin faptul că păstrează o interacţiune continuă cu toate componentele organismului social. Sistemul mass-media se caracterizează prin diversitate, are o flexibilitate unică şi se adaptează la contextul social în care funcţionează. În structura ansamblului social, mijloacele de comunicare îşi asumă funcţii şi roluri proprii, care îi definesc identitatea şi îi asigură existenţa. Astăzi lumea nu îşi mai poate imagina o structură socială în care să lipsească ziarele, posturile de radio sau de televiziune. Unele dintre funcţiile şi rolurile pe care le îndeplinesc mass-media în societate sunt noi, altele sunt partajate sau disputate cu instituţii tradiţionale (familia, şcoala, Biserica) şi depind de regimurile politice care administrează societatea. Este cu totul diferită funcţionarea mass-media în regimurile despotice faţă de media din societăţile democratice. Au fost definite patru regimuri de presă, două despotice şi două democratice, corespunzătoare tipurilor de societate în care funcţionează. Cea mai veche şi mai cunoscută tipologie a structurilor instituţionale raportate la rolul mijloacelor de comunicare aparţine profesorilor americani Fred Siebert, Theodore Petereson şi Wilbur Schramm[43]: *modelul autoritarist*, *modelul totalitar*, *modelul liberal* şi *modelul serviciului public*. Alţi cercetători le reduc la două paradigme (liberală şi autoritaristă), iar alţii le dezvoltă la şase, în concordanţă cu situaţiile de adaptare la contexte sociale şi geografice (Denis McQuail formulează şase teorii: autoritaristă, liberală, a responsabilităţii sociale, sovietică, dezvoltaţionistă şi democratic-participativă)[44].

Într-un regim autoritar presa este un instrument de influenţare folosit de către politica guvernamentală şi are drept scop principal susţinerea structurilor de putere existente. Statutul mijloacelor de comunicare socială într-un regim totalitar (asimilat dictaturilor de tip comunist sovietic) este unul de aservire totală în scopul mobilizării maselor pentru susţinerea proiectelor puterii. Mass-media din regimurile liberale au scopul de a informa, întreţine, vinde, dar în principal de a descoperi adevărul şi de a controla guvernul. Diferiţi participanţi la comunicarea socială (proprietarii sau administratorii de mass-media, cumpărătorii de spaţiu publicitar, profesioniştii media, tehnicienii, utilizatorii şi politicienii) pot contribui la o emergenţă funcţională sau disfuncţională a mass-media în cadrul corpului societăţii. În regimul numit de *responsabilitate socială*, mass-media îşi asumă obligaţii civice, de a informa, întreţine, vinde, dar în principal de a contracara planul de discuţii, asigurând un

[43] Fred SIEBERT, Theodore PETERSON, Wilbur SCHRAMM, *Four Theories of Press*, University of Illinois Press, Chicago, [2]1976.
[44] Denis MCQUAIL, *Mass Communication Theory*, Sage, London, 1987.

echilibru între planul public şi cel privat[45]. Această viziune a fost însă contestată de alţi cercetători, care o pun pe seama ideologiei „războiului rece" din anii '60. J. Herbert Altschull considera în cartea sa, *Agents of Power*, din 1984, că nu poate exista presă independentă şi că mass-media sunt agenţii celor care deţin puterea economică, politică şi socială din orice sistem. Concluziile sale s-au oprit asupra a trei tipuri de presă în societatea de astăzi: modelul de piaţă (capitalist); modelul comunitar (socialist) şi modelul ţărilor în curs de dezvoltare[46].

Pornind de la observarea efectelor pe care mass-media le produc asupra vieţii sociale, dar şi a influenţelor pe care indivizii şi grupurile sociale le exercită asupra presei, specialişti din diverse domenii au încercat să vadă ce loc ocupa mass-media în viaţa socială, ce legături se stabilesc cu diferite instituţii, care este valoarea acestor interacţiuni şi ce putere are presa în procesele de transformare a structurilor economice, sociale, politice ori culturale. În acest context se poate observa că relaţia dintre mass-media şi societate se poate exprima în termeni de consecinţe globale (funcţiile presei), de ansamblu de influenţe (efectele presei) sau de misiuni atribuite acestor sisteme (rolurile presei). Funcţiile mass-media sunt înţelese uneori ca înglobând cele trei sensuri sau, privite diferenţiat, ele se situează între roluri şi efecte[47].

Mass-media pot fi instituţii de sine stătătoare, care interacţionează cu societatea şi îşi exercită liber funcţii specifice sau pot fi prelungiri ale unor instituţii din societate, şi astfel funcţiile se transformă în roluri bine definite. În cadrul raporturilor sociale se constată o luptă pentru autonomie a mass-media şi o tendinţă către hegemonie asupra politicului şi socialului prin economic şi comercial.

Cercetările privind funcţiile pe care mass-media le pot îndeplini în societate arată accente diferite şi faptul că, în diversitatea lor, diferitele media pot îndeplini mai mult sau mai puţin pregnant anumite funcţii, iar contextul social şi informaţional permite sau inhibă desfăşurarea interacţiunilor dintre actorii sociali prin intermediul mass-media.

H.D. Lasswell evidenţia trei funcţii: supravegherea mediului înconjurător, corelarea între diferitele părţi ale societăţii, transmiterea tradiţiilor de la o generaţie la alta. R.K. Merton face distincţie între „funcţii" (consecinţe favorabile menţinerii sistemului social) şi „disfuncţii" (consecinţe defavorabile). Alţi cercetători au clasificat funcţiile mass-media în cinci sau şapte categorii, alţii au revenit la trei, iar Denis McQuail le-a grupat în două mari familii de funcţii: a) pentru societate în ansamblul ei: de informare, de corelare (socializare), de asigurare a continuităţii, de

[45] Claude-Jean BERTRAND, „Funcţiile mass-media. Regimuri, actori şi roluri", în: *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, Ed. Polirom, Iaşi, 2001, p. 35.
[46] Werner J. SEVERIN, James W. TANKARD JR, *Perspective...*, p. 329.
[47] Mihai COMAN, *Introducere în sistemul mass-media*, Ed. Polirom, Iaşi, 2007, p. 110.

divertisment, de mobilizare; b) pentru indivizi, luaţi în parte: de informare, de stabilire a identităţii personale, de integrare în societate, de divertisment.
Fără să neglijăm vreuna dintre categoriile amintite, vom contura un tablou al funcţiilor mass-media în cinci grupe, referindu-ne totodată şi la eventualele disfuncţii care ar putea să apară în dinamica societăţii.

F1. Funcţia de informare.

Mass-media reprezintă astăzi cele mai importante surse de informaţii, transmise direct şi rapid către toate zonele societăţii. Alimentarea publicului cu ştiri sau noutăţi despre evenimentele sociale, afacerile publice şi viaţa politică, viaţa culturală sau religioasă se constituie într-un flux permanent. Informaţiile generale şi informaţiile specializate sunt puse la dispoziţia membrilor societăţii pe care îi ajută să intre în relaţie cu lumea, să înţeleagă realităţile înconjurătoare şi schimbările care se produc. Întrucât sistemul de informaţii este accesibil majorităţii oamenilor, aceştia pot cunoaşte fapte, întâmplări şi locuri greu accesibile pe alte căi. De asemenea, realizări ştiinţifice şi tehnice sau culturale remarcabile sunt aduse la cunoştinţa publicului prin mass-media.
Oamenii din societăţile zilelor noastre resimt nevoia de informaţie ca pe o necesitate asemănătoare cu foamea sau cu setea. Pe baza informaţiilor pe care le primesc prin mass-media ei evaluează raportarea la mediul înconjurător. În terminologie americană, această funcţie a mass-media este numită *funcţia de supraveghere* întrucât pune indivizii în contact cu cele mai diverse aspecte ale lumii în care trăiesc (starea vremii, cursul valutar, noi descoperiri ştiinţifice, evenimente politice şi militare din apropiere sau din îndepărtare, evenimente religioase şi culturale, rezultatele întrecerilor sportive, fapte diverse de pretutindeni). Fluxul informaţional pătrunde zilnic în casele oamenilor şi le aduce mereu noutăţi, completări, confirmări sau uneori infirmări la informaţiile difuzate anterior. Volumul de informaţii se adresează unui public larg şi de aceea cuprinde o gamă diversă de subiecte. În studiile sociologice asupra comunicării de masă, aceste informaţii au fost împărţite în: informaţii generale, informaţii instrumentale, informaţii de prevenire:

„Pentru a răspunde nevoii indivizilor de a supraveghea lumea înconjurătoare, o informaţie nu trebuie să aibă o utilitate imediată. Datele privind viaţa politică internă nu servesc numai unor decizii conjuncturale, ci acumulează elemente pentru o decizie pe care o luăm o dată la un anumit număr de ani, atunci când ne dăm votul pentru o cauză, un partid sau un candidat. Deşi nu suntem specialişti, urmărim cotaţiile bursiere, evoluţia inflaţiei, situaţia agriculturii, starea delincvenţei, diferitele iniţiative legislative, noile descoperiri ştiinţifice etc. Adunate în adâncul memoriei, acestea oferă un capital informaţional, care poate fi oricând actualizat,

pentru evaluarea unui eveniment şi pentru stabilirea unei strategii. Complexitatea fenomenelor din societatea modernă solicită un bagaj de cunoştinţe din ce în ce mai bogat şi mai subtil; acesta nu mai poate fi obţinut doar prin experienţe şi trăiri proprii sau prin contactul direct cu faptele şi oamenii din mediul nostru imediat. Între noi şi lume se insinuează treptat un mediator, o instituţie care adună informaţia, o selectează, o ambalează în forme accesibile şi o difuzează, facilitând, prin chiar efortul de mediere, accesul nostru la realitate, ceea ce înseamnă că un număr din ce în ce mai mare de oameni, grupuri şi chiar colectivităţi enorme depind de mass-media pentru a stăpâni, înţelege şi judeca lumea înconjurătoare"[48].

Dependenţa tot mai pronunţată de mass-media se poate transforma într-un pericol prin suprasaturaţia informaţională. Având „acces la lume" presa pune în acţiune o viziune proprie asupra realităţii, consumatorii de informaţii fiind sufocaţi de fluviile continue care vin asupra lor. Omul poate deveni apatic pentru că nu mai are timp de reflexie şi de analiză critică a celor vizionate sau ascultate. Supra-informarea poate induce o stare patologică, de pasivitate faţă de realitate, cunoaşterea unui fapt sau eveniment înlocuind, în mintea omului, participarea activă şi implicarea reală. În studiile privind comunicarea de masă această tendinţă nocivă a fost numită *disfuncţia de narcotizare*.

Informaţiile instrumentale sunt cele referitoare la problemele curente ale oamenilor. Consumatorul de informaţie caută articolele de ziar sau emisiunile de radio şi televiziune care îi sunt necesare rezolvării unor căutări imediate (anunţurile de la mica publicitate: vânzări-cumpărări, informaţii privind starea vremii sau a circulaţiei în anumite zone, programul magazinelor, sfaturi medicale sau de îngrijire a grădinii, reţete culinare sau tele-shopping).

Informaţiile de prevenire sunt cele legate de prognoze şi anticipări pe care mass-media le face cu privire la evoluţia mai apropiată sau mai îndepărtată a unor situaţii sau evenimente. Această dimensiune de construire a unor variante de perspectivă este utilă pentru public şi este interpretată ca preocupare a mass-media pentru siguranţa persoanelor şi echilibrul vieţii sociale.

Analiza evoluţiei unor fenomene economice şi politice de care depind mase mari de oameni, informaţiile vizând prevenirea unor epidemii, incendii, cutremure, inundaţii sau accidente rutiere, anunţuri ale autorităţilor privind perturbări în funcţionarea unor servicii publice, pregătirea unor schimbări în sistemul legislativ, sunt aspecte care, transmise prin mass-media, au rol preventiv pentru public. Se constată însă că în contact cu informaţiile de prevenire oferite de mass-media persoanele, sau anumite grupuri umane, pot avea reacţii şi comportamente care nu corespund cu cele scontate de emiţători.

[48] Mihai COMAN, *Introducere...*, p. 112.

Pe de o parte, datele furnizate de presă nu sunt luate în serios, fiind tratate cu indiferenţă: *nepăsarea* este o disfuncţie a comunicării de masă. De cealaltă parte, reacţiile exagerate la atenţionările mediatice, amplificate de tehnica zvonurilor, pot produce derapaje grave, prin inocularea unor stări de *panică sau de anxietate* în rândul populaţiei[49]. Se produce astfel o altă disfuncţie a mass-media, rezultată în acest caz dintr-un exces.

F2. Funcţia interpretativă

Se referă la interpretările şi judecăţile de valoare la care sunt supuse evenimentele sau faptele cotidiene în difuzarea lor de către mass-media. Odată cu relatarea faptelor, ştirile oferă şi un punct de vedere asupra evenimentelor, astfel încât o ştire este o viziune, cultural determinată, asupra unor informaţii. Atitudinea interpretativă a diferitelor canale media poate fi urmărită pe circuitul constituirii, selectării şi difuzării informaţiilor. Mai întâi, este decizia de a face publică sau de a ignora o anumită informaţie. În faza de selectare a ştirilor, intervin judecăţi de valoare care le filtrează şi le stabilesc ordinea de prioritate: pentru ziare, se alege ştirea de prima pagină, pentru mediile audiovizuale acestea sunt poziţionate în momentele-cheie ale emisiunilor de actualităţi:

„Acest act, devenit un simplu gest de rutină, implică o profundă responsabilitate socială: dacă acceptăm adevărul că tot mai multe colectivităţi depind, pentru cunoaşterea lumii în care trăiesc, de informaţiile oferite de presă şi dacă ştim că ierarhiile pe care jurnaliştii le propun influenţează judecăţile publicului, atunci este evident că alegerile şi clasificările oferite de mass-media configurează imaginea socială a evenimentelor „zilei", cu vârfurile şi coborâşurile ei, cu priorităţi şi zone de dezinteres"[50].

Răsfoind paginile ziarelor, în apropierea receptoarelor de radio sau a ecranelor de televiziune oamenii se întâlnesc aşa cum o făceau alte generaţii în piaţa publică. Pe de o parte, mass-media îşi exercită funcţia interpretativă, pe de altă parte oamenii au nevoie de o prezentare ordonată şi coerentă a lumii înconjurătoare, ca să poată lua mai uşor deciziile de fiecare zi. Altădată, rolul de „ordonatori" sau „semnificatori" ai lumii înconjurătoare era îndeplinit de categoriile tradiţionale: părinţi, bătrâni înţelepţi, preoţi, profesori, prieteni, lideri de mişcări sau partide politice etc. În zilele noastre, jurnaliştii câştigă tot mai mult teren în stabilirea ierarhiilor sociale, în

[49] Apar, periodic, în mass-media, informaţii privind apropierea iminentă a unor calamităţi naturale (cutremure, inundaţii, căderi de meteoriţi, ciocnirea planetelor ș.a.) sau chiar iminenta apropiere a sfârşitului lumii, la o dată pretins ştiută de prezicători de ocazie.
[50] Mihai COMAN, *Introducere…*, p. 116.

analiza şi explicarea realităţii înconjurătoare. Dar jurnaliştii au de înfruntat ei înşişi unele provocări profesionale: importanţa logicii economice, capcanele comunicării, seducţia tehnicii, miza deontologică şi problema formării[51].

În unele studii de specialitate, funcţiei interpretative i se asociază o funcţie critică şi de formare a opiniei publice. Funcţia critică se referă la o categorie diversă de activităţi mediatice. În primul rând, priveşte rolul tradiţional de „câine de pază" pe care mass-media îl exercită, în numele opiniei publice, faţă de sistemul de guvernare al statului; în al doilea rând, de investigare sau punere în lumină a situaţiilor sau aspectelor anormale din viaţa socială; în al treilea rând, funcţia critică priveşte confruntarea unor curente diferite de opinie care se manifestă prin intermediul mass-media.

Presa „serioasă" din secolele al XVIII-lea şi al XIX-lea, scrisă de mari personalităţi şi promovând schimburi de idei adresate unor cercuri cultivate, a pierdut teren în faţa presei de masă. Emisiunile de dezbateri, în care sunt susţinute puncte de vedere contradictorii atrag milioane de consumatori de media. În SUA sunt celebre programele de dezbateri precum cele ale lui Ted Koppel în anii '80 care ţineau în faţa micilor ecrane 5-7 milioane de telespectatori pe seară, sau, mai nou, talk-showul lui Oprah Winfrey, cu peste 30 milioane de telespectatori, căutat şi dincolo de hotarele SUA.

În presa modernă s-a impus un criteriu numit *regula de aur a jurnalisticii*: separarea prezentării evenimentelor de opiniile celor care le relatează. Ideea a fost sintetizată de Charles Prestwich Scott, editor la ziarul englez *The Guardian*, în eseul scris în 1921, la centenarul ziarului, *Comment is free, but facts are sacred* (Comentariul este liber, faptele sunt sacre)[52]. Presa americană şi cea anglo-saxonă respectă cu stricteţe această regulă jurnalistică, în timp ce pe continentul european se consideră că personalitatea jurnalistului poate să se implice în prezentarea evenimentelor şi persoanelor, cu condiţia să nu se distorsioneze realitatea prin interpretări subiectiviste sau tendenţioase.

Interpretarea nu se manifestă numai prin selectarea ştirilor, evaluarea evenimentelor sau semnificarea lor în actul scrierii, prin poziţionarea în ansamblul produsului mediatic, dar şi prin forme jurnalistice bine determinate: editorialul, comentariile, cronică, pamflet, caricatură, sinteze şi documentare, campanii de presă focalizate pe o anumită temă.

Mass-media au devenit în societatea de astăzi un forum în care interpretarea evenimentelor şi faptelor se întâlneşte cu reacţia publicului. Astfel, funcţia interpretativă devine una expresivă. Persoanele, sau diversele grupuri din societate (etnice, profesionale, culturale, religioase etc.), îşi pot face cunoscute opiniile şi îşi afirmă identitatea culturală, politică, socială. Realizarea acestei funcţii depinde de

[51] Rémy RIEFFEL, *Sociologia mass-media*, Ed. Polirom, 2008, p. 151.
[52] http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2002/nov/29/1

masura în care diversele curente de opinie işi găsesc expresia mediatică şi participă la formarea opiniei publice.

F3. Funcţia de culturalizare şi de educare

În unele lucrări de specialitate cele două funcţii sunt prezentate separat, însă am considerat că educaţia ca fenomen de influenţare pozitivă a persoanelor nu poate fi despărţită de structurile de fond, constituite de contextul cultural în care trăiesc. Mass-media fac parte din cultura veacului nostru şi contribuie la relaţionarea cu valorile moştenite de umanitate, la receptarea şi însuşirea lor de către noile generaţii. Familia, şcoala, instituţiile religioase au acum un aliat sau un concurent redutabil în privinţa transmiterii valorilor şi în formarea atitudinilor şi comportamentelor. Presa poate fi, din această perspectivă, prin promovarea unor anumite tipuri de comportament, conservatoare sau inovatoare, păstrătoare a unor valori tradiţionale sau generatoare de noi valori, aliată declarată a stabilităţii sau provocatoare de schimbări[53].

Transmiterea valorilor şi modelelor culturale a fost controlată în trecut de familie, şcoală, instituţiile religioase sau direct de autoritatea statală. Mass-media au devenit în zilele noastre căi importante de difuzare a culturii şi instituţii de democratizare culturală. Oamenii au acces direct la valorile culturale, fără intermedierea şcolii sau a altor instituţii[54].

O analiză a programului de viaţă al copilului american de azi (care poate fi extins fără prea mari modificări şi la noile generaţii din alte ţări civilizate) arată că până la vârsta de 20 de ani numărul de ore petrecute în compania televizorului este, în medie, de 29 900, în timp ce şcoala îi absoarbe în aceeaşi perioadă a vieţii 16 000 de ore. Americanul mediu alocă vizionării TV mai mult timp decât oricărei alte îndeletniciri, cu excepţia programului de somn.

Funcţia educativă a mass-media se exercită oricum: şi atunci când există o intenţie programată, dar şi atunci când nu se afirmă în mod explicit dimensiunea pedagogică. Conţinuturile difuzate prin mass-media fixează repere pentru conduite şi modele de comportament, „convenţiile tacite" ale societăţii.

Evaluarea evenimentelor şi a persoanelor depinde de *pattern*-urile promovate prin mass-media. Aici se găsesc modele pozitive de comportament, care pot fi urmate, însă şi modele negative, care sunt criticate şi evitate. Sunt numeroase segmente media care îşi asumă în mod explicit funcţia educativă: publicaţiile sau emisiunile destinate copiilor, cursurile de învăţare a limbilor străine, documentare cu subiecte istorice sau seriale de popularizare a marilor descoperiri ştiinţifice.

[53] Mihai COMAN, *Introducere în sistemul mass-media*, Ed. Polirom, Iaşi, 2007, p. 122.

[54] Ion ALBULESCU, *Educaţia şi mass-media. Comunicare şi învăţare în societatea informaţională*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, pp. 33-34.

Un autor român consideră că în ţara noastră audiovizualul poate avea un rol important în regenerarea societăţii prin promovarea valorilor autentice care pot educa pe oameni şi pot construi noi punţi de solidaritate şi speranţă:

„Televiziunea poate şi trebuie să transceandă banalul, obişnuitul. Iar când face acest lucru, trebuie să ne binedispună, să ne educe şi să ne prezinte valori pozitive. Cea mai bună cale de a juca un rol activ în îmbunătăţirea conţinutului programelor de televiziune este de a supraveghea, a recunoaşte şi a susţine cele mai importante şi impresionante eforturi, dar şi a sancţiona, la nivel simbolic, eventualele derapaje. Valorile sociale apar în toate producţiile culturale umane şi sistemul valorilor sociale este creat şi recreat permanent prin interacţiunea tuturor actorilor semnificativi”[55].

F4. Funcţia de liant comunitar

Societatea modernă trăieşte într-o dinamică ce provoacă dese schimbări de planuri, reaşezări şi regrupări în funcţie de evenimente şi contexte interne sau internaţionale. Mass-media generează în acest context mecanisme de solidaritate socială şi de apropiere între oameni care altfel nu se află într-o structură omogenă:

„Consumând produsele media, milioane de oameni se găsesc legaţi prin nenumărate fire nevăzute: fiind expuşi constant aceloraşi mesaje, ei ajung să împărtăşească aceleaşi valori şi reprezentări culturale, să posede cunoştinţe asemănătoare, să gândească prin informaţii, idei, poveşti, simboluri analoage. Astfel, oricât de diferiţi ar fi, un american, un african şi un european pot descoperi că au aceleaşi judecăţi morale atunci când discută despre serialul Dallas, că ştiu ce s-a petrecut într-o ţară anume, deoarece sunt informaţi prin ştiri preluate de la aceeaşi mare agenţie, sau că sunt de acord că poluarea mărilor trebuie limitată pentru că au fost cu toţii convinşi de ciclul de filme documentare realizate de J.Y. Cousteau. Oferind informaţii comune, idei comune şi, implicit, subiecte comune de dialog, mass-media leagă oameni depărtaţi şi diferiţi într-un fel de comunicare care nu mai este bazată pe proximitatea spaţială, naţională, religioasă ori culturală, ci pur şi simplu pe aceea informaţională”[56].

Mijloacele de comunicare în masă promovează o agendă prin care orientează publicul către anumite constante de gândire şi sensibilitate pe care le cultivă cu prioritate. Simultan, publicul îşi strânge rândurile şi reacţionează ca un grup ordonat în jurul unor seturi comune de fapte şi mentalităţi comportamentale. Mobilizarea

[55] Ion STAVRE, *Reconstrucţia societăţii româneşti prin audiovizual*, Ed. Nemira, Bucureşti, 2004, p. 154.
[56] Mihai COMAN, *Introducere...*, p. 119.

opiniei publice în scopul participării la campaniile de întrajutorare sau de suţinere a unor persoane aflate în situaţii speciale reflectă o formă de solidaritate constituită pe suportul mesajelor mediatice. McLuhan vorbea despre solidaritatea spontană şi aproape inconştientă din „satul global" ca despre un „tribalism planetar" creat şi întreţinut de mass-media.
Presa împlineşte, într-adevăr, o funcţie de legătură, de liant social. Noile legături interumane pe care le creează nu mai au fundamentarea clasică de altădată, însă se dovedesc adeseori, cel puţin pe moment, mai puternice decât cele uzuale şi mai deschise la acţiune. De aceea, se consideră că funcţia de creare a „comunităţii imaginare" este cea mai importantă funcţie a mass-media.
Presa nu reprezintă doar un factor de coagulare a societăţii la nivel global. Acţiunea ei se resimte şi la nivelul micro-social, întrucât oamenii pot să găsească în programele difuzate prin mass-media subiecte de comunicare cu semenii: dezbaterile privind candidaţii în alegeri se prelungesc aproape natural în parc sau în mijloacele de transport, rezultatele sportive sunt analizate cu mare familiaritate la stadion, doamnele sunt informate privind moda de primăvară sau de toamnă şi conversaţiile directe au o bază temeinică de abordare. Unii aderă astfel la puncte de vedere şi idealuri comune, alţii exprimă opinii diferite şi astfel se deosebesc de ceilalţi. Apartenenţa şi participarea activă la un grup, pe bazele puse la dispoziţie de mijloacele de comunicare reprezintă o nouă formă de solidaritate, specifică societăţii de masă[57].

F5. Funcţia de divertisment

Se referă la modalităţile de petrecere a timpului liber pe care mass-media le pune la dispoziţia publicului. Omul societăţii industriale resimte nevoia de relaxare, de odihnă şi de evadare din carapacea grijilor cotidiene. Evoluţia tehnologică accelerată care a început în secolul al XIX-lea şi perfecţionarea instrumentelor de difuzare pe spaţii geografice vaste şi în intervale scurte de timp a creat condiţii ca mass-media să ocupe o bună parte din „timpul liber". Reflectând asupra distracţiei căutate tot mai mult de omul modern, Mircea Eliade afirma într-una din conferinţele sale radiofonice din anii '30 că divertismentul a preluat sensul consumării pasive a timpului şi că oamenii care nu întrebuinţează bine timpul pentru lucru nu ştiu, de cele mai multe ori, nici să se odihnească:

„Se pot observa, însă, multe deosebiri între distracţia omului societăţilor rurale şi distracţia omului modern. În societăţile agricole sau pastorale, distracţia se leagă de

[57] Francis BALLE, *Médias et société*, Édition Montchrestien, Paris, [5]1990, p. 504.

joc şi de ceremonial. Contactul cu fantasticul se făcea direct, solemn şi colectiv. În timpurile moderne, însă, s-ar putea spune că omul participă mult mai puţin la fantastic, că odihna lui mentală se face mult mai neregulat. A intervenit aici un viciu spiritual: nevoia de a consuma timpul. Şi ca să consume timpul, omul modern încearcă orice distracţie care îi e la îndemână. El vrea cu orice chip să treacă peste fragmentul de timp care îl deprimă, în care se simte obosit, inert, negativ. Şi încearcă să treacă peste acest timp negativ, consumându-l”[58].

Curând avea să se deschidă perioada de dominaţie a televiziunii, care va oferi noi posibilităţi de divertisment. Dezvoltarea tehnologiilor şi creşterea rolului publicităţii au făcut din mass-media principalele furnizoare de divertisment. Publicitatea devine o sursă majoră de finanţare şi canalele media vând divertisment (alături de informaţii) la preţurile cele mai mici, concurând serios, din acest punct de vedere, teatrul, opera, sportul sau cinematograful. Televiziunea prin cablu oferă telespectatorilor o gamă foarte largă de programe la preţuri infime. Însă de-a lungul vremii au scăzut şi preţurile cărţilor, ziarelor, CD-urilor sau DVD-urilor.
Ponderea mesajelor de divertisment diferă de la un canal la altul, în funcţie de opţiuni. Televiziunile comerciale s-au specializat în difuzarea de programe cu un anumit public-ţintă: filme, (*CINEMAX* sau *HBO*), sport (*Eurosport*, *Telesport*, *Sport.ro*, *Sport One* etc.) muzică (*Mezzo*, *MTV* ş.a.), desene animate etc. Radiourile difuzează programe muzicale de un anumit tip, presa scrisă oferă importante rubrici pentru timpul liber al cititorilor.

„Consumul de divertisment nu răspunde numai dorinţei de relaxare şi refacere, după oboseala unei zile de activitate; din altă perspectivă, el satisface şi nevoia omului de a scăpa de sub presiunea cotidianului, de a evada şi de a găsi refugiul într-o lume imaginară. Psihologii consideră că, de îndată ce sunt cufundaţi în universul simbolic al unui film sau al unui roman, al unui documentar de călătorie sau al unui show muzical, oamenii trăiesc *experienţe vicariale*, beneficiind, în mod imaginar, de trăiri, evenimente şi situaţii pe care, în orizontul vieţii reale, nu le-ar putea trăi niciodată”[59].

Consumul de divertisment le oferă oamenilor „trăiri prin procură”[60], iar prin asumarea experienţelor imaginare indivizii se eliberează de pulsiuni, frustrări, nemulţumiri, proiectându-şi eşecurile sau idealurile în lumile imaginare puse la

[58] Mircea ELIADE, *Taina Indiei. Texte inedite*, Ediţie îngrijită şi cuvânt înainte de Mircea Handoca, Postfaţă de Horia Nicolescu, Editura Icar, Bucureşti, f.a., p. 105.
[59] Mihai COMAN, *Introducere...*, p. 124.
[60] Jean CAZENEUVE, *La société de l’ubicuité. Communication et diffusion*, Denoël, Paris, 1972, p. 106.

dispoziţie de mesajele mass-media. Autorul francez numeşte acest fenomen *funcţie terapeutică* sau *cathartică*.

F6. Funcţia de cultivare spirituală

Organizarea instituţiilor media ale Bisericii ilustrează, la niveluri mai mult sau mai puţin accentuate, funcţiile enumerate mai sus. Mijloacele de comunicare socială ale Bisericii acordă atenţie mai ales funcţiilor de culturalizare, educare şi liant comunitar, însă adaugă acestora o dimesniune specifică, pe care am putea să o denumim *funcţia de spiritualizare (înduhovnicire)* a vieţii oamenilor, ca o prelungire a duhului de comuniune din Sfânta Liturghie. În acest sens, Preafericitul Părinte Patriarh Daniel al României afirmă:

„Programul major al presei bisericeşti este acela de a binevesti iubirea mântuitoare şi sfinţitoare a lui Dumnezeu în casele oamenilor, pentru ca oamenii să caute Casa iubirii veşnice a lui Dumnezeu Tatăl, al cărei pridvor este Sfânta Biserică"[61].

În acest sens, media bisericească are o funcție de cultivare spiritual, care îmbină funcția culturală și cea educativă cu participarea la misterul credinței.

Dincolo de controversele privind rolul şi funcţiile mass-media în societate, o concluzie este evidentă: imposibilitatea de a le contesta sau ignora. Oricâte critici le-am aduce, oricât de vehement le-am nega, ele se impun în viaţa cotidiană a fiecărui locuitor al planetei, iar viitorul rămâne deschis pentru remodelări şi reaşezări. În fond, pentru receptor, totul nu este decât o chestiune de opţiune, în funcţie de experienţa sa de viaţă, de exigenţele sale intelectuale şi morale. Mijloacele de comunicare de masă se adresează oamenilor pentru a-i informa, pentru a le influenţa judecata şi aprecierea asupra realităţii înconjurătoare, pentru a le orienta atitudinile şi conduitele. Îndeplinirea acestor principale funcţii sociale depinde de interacţiunea dintre mass-media, public şi autorităţi sau proprietarii de media. În cadrul acestui joc de interferenţe, fiecare dintre cei trei parteneri trebuie să-şi asume responsabilităţile ce decurg din rolul pe care îl are de împlinit: mass-media ar trebui să-şi conştientizeze mai mult responsabilitatea de factor de influenţă pe care o deţine faţă de public, publicul ar trebui să se distanţeze şi să sesizeze neajunsurile mass-media, iar autorităţile ar trebui să prevină pe cale juridică şi administrativă abuzurile care se fac în numele libertăţii de expresie.

[61] † DANIEL, Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române, „Misiune cultural-pastorală prin radio", în vol. *Misiune pentru mântuire*, Ed. Basilica, Bucureşti, 2009, p. 545.

Partea a II-a: GENURI JURNALISTICE

TIPOLOGIA GENURILOR JURNALISTICE

Clasificare:

I. Genuri de informare (”factuale”):
- **RELATAREA**
- **ȘTIREA**
- **INTERVIUL**
- **REPORTAJUL**
- **PORTRETUL**

II. Genuri de explicare:
- **ANALIZA**
- **CRONICA**
- **DOSARUL**
- **ANCHETA**

III. Genuri de comentare:
- **EDITORIALUL**
- **COMENTARIUL**
- **CARICATURA**
- **BILETUL**
- **REVISTA PRESEI**

Genuri precum divertismentul și ficțiunea sunt considerate nonjurnalistice.

Într-o clasificare simplificată:
- **GENURI DE INFORMARE**
- **GENURI DE OPINIE**

Altă clasificare (în funcție de modul de realizare):
- **Cele ce presupun munca în teren;**
- **Cele ”de birou”**

Notă: În paginile următoare sunt prezentate schematic ȘTIREA, INTERVIUL, REPORTAJUL

ȘTIREA

Ştirea este un **gen publicistic** *care prezintă realitatea actuală, pe care o pune într-o formă comunicabilă, transmisă apoi prin intermediul unor tehnici moderne de difuzare în masă.*

Definiţiile date ştirii sunt numeroase, ele aparţinând diferitelor şcoli de presă şi reflectă o anumită concepţie despre presă, despre funcţiile şi poziţia socială a ziaristului şi a presei.

Într-un manual de ziaristică**, ştirea** este definită ca fiind o comunicare scurtă, operativă a unui fapt social nou sau nou constatat, a unui proces social sau a rezultatelor lui, a unei cunoştinţe inedite sau a unei manifestări de idei.

Conform altor afirmaţii, "ştirea este o "noutate" , relatarea unor evenimente recente. Pentru a avea caracterul de ştire, ceea ce se relatează trebuie să fie: actual, în curs, la zi; important, semnificativ sau neobişnuit".

Ştirea mai este definită şi ca un fapt sau o idee precisă care va interesa un număr mare de cititori; "ştirea este orice comunicare făcută la momentul oportun, deoarece este interesantă şi semnificativă. Ea reprezintă o relatare a aspectelor semnificative ale unei întâmplări de actualitate, care este interesantă pentru cititorii ziarului unde se publică relatarea; ştirea este prima relatare a evenimentelor semnificative, care prezintă interes pentru public".

Din aceste definiţii putem extrage două calificative: interesul şi semnificaţia drept trăsături de bază ale unei relatări ce poate fi considerată o ştire. Sintetizând opiniile exprimate privind trăsăturile caracteristice ale ştirii, se poate formula următoarea definiţie***: ştirea de presă este o relatare concisă a unor fapte, evenimente, idei semnificative, de actualitate, noi, relatare ce prezintă interes pentru public.***

ȘTIREA de presă este o relatare concisă a unor fapte, evenimente, idei semnificative, de actualitate, noi, relatare ce prezintă interes pentru public.

ŞTIREA / aplicare radio

1. Generalităţi. Definiţii – 5W
2. Caracteristicile ştirii radiofonice
   - Noutatea
   - Operativitatea
   - Acurateţea
   - Proeminenţa
   - Amploarea
   - Raritatea
   - Interesul uman – concreteţea
   - Conflictul şi competiţia
   - Dinamismul
   - Proximitatea – spaţială şi temporală

3. Modalităţi de colectare a informaţiei – *surse interne, externe, neidentificate*
4. Structura unei ştiri radio
5. Calităţile unei ştiri radio
   - Exactitatea
   - Echilibrul
   - Claritatea
6. Formatul ştirii ştirea flash
   - Ştirea amplă (dezvoltată)
7. Reguli de redactare –radio: uşor de prezentat, uşor de ascultat
   - Fraze scurte, limbajul – cuvinte concrete, denumirile de instituţii – ştirile radio nu au titlu
   - Evitarea aglomerării textului cu numere mari foarte exacte
   - Nu se începe cu un citat
   - Funcţia înaintea numelui
   - Nu se folosesc date din săptămână foarte exacte
   - Opinia jurnalistului nu trebuie să apară
8. Modalităţi de transmitere a ştirilor radio – *buletin de ştiri*
   - *radiojurnal*
9. Inserturile: microinterviu, sondaj, relatare
10. Ierarhizarea ştirilor într-un buletin informativ
11. Difuzarea – 1 sau 2 prezentatori / timbre de voci diferite

GHID DE REDACTARE A ȘTIRILOR

Știrea trebuie să răspundă la următoarele întrebări: *cine*? (a făcut), c*e*? (a făcut), *când*? (a făcut), *unde*? (a făcut), *de ce*? (a făcut) şi *cum*? (a făcut).
Cea mai eficientă schemă de redactare a unei știri - piramida răsturnată

Tehnica piramidei răsturnate constă în prezentarea celor mai importante informaţii de la începutul știrii, în introducerea acesteia, urmată apoi de date explicative, complementare, de context şi alte detalii.

Structura știrii:

Intro-ul *(lead*) sintetizează principalele informaţii. Acesta trebuie să fie atât informativ, cât şi incitativ. Intro-ul trebuie să capteze atenția cititorului. Intro-ul trebuie să fie direct, ordonat și clar; trebuie să fie autonom; nu trebuie să înceapă cu cifre, cu o propoziție subordonată sau cu numele organismelor oficiale.

Corpul știrii conține date explicative și aprofundează lead-ul, explicaţiile care ajută la situarea evenimentelor în context şi o serie de date secundare care întregesc imaginea faptului. Aici își găsește locul și background-ul, datele cunoscute mai înainte despre eveniment.

Finalul știrii fixează în mintea cititorului evenimentul, iar acesta trebuie să fie memorabil.

Criterii esențiale în redactarea unei știri:

Știrea trebuie să aibă un conținut unitar.

Fiecare cuvânt sau propoziție este parte din știre și trebuie să comunice ceva.

Stabilirea unghiului de abordare.

Exigențe ale știrii:

Obiectivitate - obținută prin corectitudinea informaţiilor; citarea surselor; citarea tuturor părţilor implicate în eveniment; evitarea exprimării propriilor opinii; utilizarea verbelor de distanţare, precum: „susţine” sau „pretinde”.

Concizie - să se exprime multe informații în cuvinte cât mai puține.

Claritate (acuratețe) - cititorul trebuie să înţeleagă imediat ce transmite știrea, nu se lasă loc de interpretări, limbajul este clar și simplu. Din acest motiv se recomandă evitarea termenilor abstracți, de specialitate, a regionalismelor, a cuvintelor preluate din limbi straine sau a celor rar utilizate. Se vor evita, de asemenea, frazele lungi, stufoase sau modificarea topicii în scopuri stilistice. Inteligibilitatea textului presupune un anumit grad de redundanță, atunci când sunt necesare clarificări, explicații suplimentare sau chiar reluări ale ideilor avansate inițial.

Întodeauna când se redactează o știre trebuie avut în minte schematic următoarele: știrea este cel mai concis gen jurnalistic; este un gen de informare; reprezintă relatarea pe scurt a unui fapt sau eveniment; exclude orice opinie a jurnalistului.

Lizibilitate - înseamnă structura simplă a propoziției: subiect – predicat – complement. Limbajul exact, cuvântul potrivit, concis, viu, neologismele și jargoanele folosite cu măsură, obiectivitatea (neechivalată cu pasivitatea).
Atingerea lizibilității depinde de: plasarea mesajului principal în prima parte a frazei; evitarea propozițiilor incidente prea mari (în medie având 9,5 cuvinte); recurgerea la imagine și la concret.
Știrea mai respectă următoarele cerințe: proprietatea termenilor; varietatea; expresivitatea; originalitatea.
Claritatea ideilor și a limbajului rezultă în urma utilizării enunțurilor transparente. Este necesară formularea explicită, marcarea clară a relațiilor logice cu ajutorul conectorilor temporali (pe urmă), spațiali (aici), ai adiționării (în plus) etc.
Propoziția trebuie să fie simplă, declarativă, formulată corect gramatical, afirmațiile trebuie verificate din mai multe surse.
O știre bine redactată este scrisă într-un limbaj clar, direct, cu informația logic organizată, simplu, se evită clișeele.

Schematic, știrea trebuie redactată respectând următoarele:

- exprimare clară, precisă, convingătoare
- propoziții scurte

- adecvare la situația de comunicare
- lizibilitate
- vocabular simplu
- evitarea excesului de adjective, înfloriturile literare, termenii obscuri, jargonul.

Citarea surselor este esențială într-o știre. Fără surse nu există știre. Sursa trebuie să apară cel târziu la sfârşitul lead-ului, altfel el nu este complet; sursa completă apare abia în primul paragraf de dezvoltare, pentru a nu încărca lead-ul. Orice personaj din ştire trebuie identificat cu nume şi funcţie - calitatea în care vorbeşte.

Titlul ŞTIRII

Un titlu bun are simțul concretului, este concis, simplu, cu apel la cuvintele-cheie din text. *Supratitlul – titlul – subtitlul* alcătuiesc un ansamblul de informație în cascadă, completându-se reciproc, fără redundanțe, cu accentuarea anumitor date de interes, fără a plictisi cu detalii inutile ce se pot refugia în textul propriu-zis. Un titlu bun are ecou în mintea cititorului, îi trezeşte curiozitatea şi îi permite o lectură interesantă. Titlul incitativ este uşor de redactat. Titlul şi şapoul ar trebui să constituie fragmente enunțiative de sine stătătoare, păstrându-şi o oarecare independență față de textul propriu-zis.

Titlul trebuie să fie dinamic, vibrant, în formă afirmativă, cu verbe la diateza activă, cu evitarea adverbelor, adjectivelor, cuvintelor tehnice, savante. Concentrând informația esențială a textului în maximum şapte cuvinte, titlul trebuie să fie aplicabil numai unui singur text.

Cel mai răspândit tip de titlu este cel care informează în privința conținutului articolului; mai sunt titluri bazate pe jocuri de cuvinte; titlurile-citat; titluri care exploatează valorile stilistice ale unor semne de punctuație; titlurile care parafrazează; titlurile care utilizează rimele; titlurile care folosesc jocuri de litere; titlurile interogative sau exclamativ-imperative; titlurile defective de predicat (titlul

poate fi marcat prin linie de pauză sau prin două puncte); Titlurile asociate cu supratitluri și cu subtitluri; titluri evazive.

Titlul va fi dezvoltat în corpul textului, iar schema supratitlu-titlu-subtitlu presupune o întâlnire firească a elementelor articolului, acestea aducând, în cascadă, informații complementare, fiind evitate redundanțele, sinonimiile.

INTERVIUL

1. Generalităţi
2. Tipuri de interviuri
3. Tipologia întrebărilor
4. Etapele realizării unui interviu
5. Condiţiile pe care trebuie să le îndeplinească reporterul atunci când realizează un interviu

INTERVIUL
DEJRPR, p. 171

Interviu – 3 perspective de abordare:

- ❖ Generică : aparţine comunicării, relaţiilor personale, relaţiilor instituţionale
- ❖ Sociologică: instrument de lucru, sondajul de opinie
- ❖ În Jurnalism: - tehnică de colectare a informaţiei,
  - Gen redacţional (presa tipărită, radio-TV, în direct sau înregistrat

INTERVIUL

Este un dialog între două persoane: una pune întrebări, iar cealaltă răspunde prompt, complet şi coerent

INTERVIUL este o comunicare în care niciunul dintre interlocutori nu deţine controlul exclusiv asupra comportamentului de comunicare al celuilalt, iar unul dintre ei poate să aleagă blocarea comunicării.
/ Carol W. Downs et al, 1980, 8 /

INTERVIUL devine formă eficientă de comunicare dacă se desfăşoară în ambele sensuri. Aceasta presupune ca interlocutorii să fie, pe rând, emiţători şi receptori. – apropie interviul de conversaţie

INTERVIUL se deosebeşte de simpla conversaţie, are ca scop obţinerea de informaţii, este realizat după un plan.

INTERVIUL – formă aparte de negociere.

Tipuri de interviuri

- ***Modul de realizare:***

- ❑ I. înregistrat
- ❑ I. în direct
- ❑ I. prin telefon

- ***Relaţia dintre reporter şi intervievat:***

- ➢ Instantaneu
- ➢ Pregătit

- Conţinutul comunicării:

1. I. informativ (factual)
2. I. de opinie
3. I. portret

- ▪ Informativ
- ▪ I. de opinie
- ▪ i. de analiză
- ▪ i. de comentariu
- ▪ i. interpretativ
- ▪ i. de promovare
- ▪ i. afectiv
- ▪ i. de personalitate
- ▪ i. portret
- ▪ i. dezbatere
- ▪ i. magazin

Tipologia întrebărilor

Întrebări deschise şi închise

- **Întrebări de încălzire**
- **Întrebări de atac**
- **Întrebări de sprijin**
- **Întrebări de controversă şi obiecţie**
- **Întrebări agresive**

Întrebări interzise:

a) Întrebări care dovedesc lipsa documentării
b) Întrebări generale, vagi
c) Întrebări la care se sugerează răspunsul
d) Aglomerarea mai multor întrebări într-una singură

Etapele realizării unui interviu

I. Alegerea TEMEI
II. Documentarea
III. Alegerea intervievatului
IV. Pregătirea întrebărilor – PLANUL interviului
V. Înregistrarea interviului
VI. Prelucrare – corectură – montaj
VII. Difuzarea / publicarea interviului

Condiţiile pe care trebuie să le îndeplinească reporterul pentru INTERVIU

- ***Înfăţişarea***: vestimentaţie, mod de adresare
- ***Respect faţă de interlocutor*** – a şti să asculte
- ***Jurnalistul nu trebuie să cedeze microfonul***
- ***Manevrarea tehnicii cu discreţie***
- ***Tonul vocii***: colocvial, natural
- ***Formarea discretă a interlocutorului***
- ***Nu trebuie să-şi exteriorizeze sentimentele***
- ***Interzisă emiterea de opinii personale***

REPORTAJUL

1. Generalităţi. Definiţii
2. Particularităţi ale reportajului – presa scrisă, radio, televiziune
3. Tipologia reportajului radiofonic
4. Etape în realizarea unui reportaj
5. Structura unui reportaj

1. Generalităţi. Definiţii

- REPORTAJUL
- Specie jurnalistică majoră, de teren, a jurnalismului de informare, care, cu mijloace cât mai expresive, informează despre evenimente trăite ori documentate la faţa locului (DEC)
- ”Text de ample dimensiuni menit să-l facă pe cititor să vadă, să audă și să simtă cee ace ziaristul a văzut, a auzit și a simțit (M. Voirol, 1992, 92)
- Regula de aur în R. este rigoarea informaţiilor şi scopul redactării unui R. este acela de a-i face pe cititori/asc./telesp. să vadă, să audă şi să simtă ceea ce jurnalistul a văzut, auzit şi simţit. (Michel Voirol, 1992)
- – gen publicistic literaturizant având ca scop relatarea unor evenimente, înregistrarea unor fenomene (Dicţionar – S. Craia)
- Un R. raportează ceea ce se întâmplă şi ceea ce s-a întâmplat. Prezintă un eveniment, o situaţie, expune fapte. (Langlois, 1989, p.103)

Particularităţi ale reportajului radio

- **1. Reporterul este implicat afectiv**
- **2. Elementul nonverbal**
- **3. Elementul descriptiv**

- **4. Zgomotul de fond (mediul ambiant)**
- **5. Spontaneitatea**
- **6. Actualitatea**

Tipologia reportajului radiofonic

- Tip eveniment:

❑ previzibil

❑ Previzibil, dar cu evenimente imprevizibile

❑ imprevizibil

_____

- CONŢINUT – Unghiul de abordare:

➢ Pentru jurnal

➢ Pentru emisiune

- Mod de realizare:

❑ REPORTAJ în direct

❑ REPORTAJ înregistrat

Etapele realizării unui reportaj

I. Alegerea subiectului (evenimentului)
II. Planificarea
III. Prospecţia
IV. Elaborarea scriptului
V. Înregistrarea - audio/ video
VI. Montajul
VII. Difuzarea / publicarea reportajului

Structura standard a unui reportaj

- Introducere
- Corp reportaj
- Partea finală

- ***Introducere –lead:***
- ***Localizare, tip eveniment, descrierea atmosferei specifice***
- ***Tranziţie: motivaţii, participanţi, martori***
- ***Dezvoltarea temei: abordarea interlocutorilor…***
- ***Finalul: concluzii asupra desfăşurării evenimentelor, consecinţe***

Bibliografie selectivă

Bibliografie generală

Centrul de Presă BASILICA: slujire mediatică ortodoxă la începutul mileniului III, Basilica, Bucureşti, 2013

† Daniel, Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române, *Misiune pentru mântuire. Lucrarea Bisericii în societate*, Basilica, Bucureşti, 2009

Calea Mântuirii la zece ani de la apariţie (2000-2010). Importanţa pastoral-misionară şi culturală a presei bisericeşti în Ortodoxia românească, Editura Universităţii „Aurel Vlaicu", Arad, 2010

Pr. dr. Nicolae DASCĂLU, *Parabola făcliei aprinse*: Comunicarea religioasă în era informaţională, Basilica, Bucureşti, 2012

Melvin DeFLEUR, Sandra BALL-ROKEACH, Teorii ale comunicării de masă, Polirom, 1999

Jean-Noël JEANNENEY, O istorie a mijloacelor de comunicare, Institutul European, Iaşi, 1999

Christophe LEVALOIS, Prendre soin de l'autre. Une vision chrétienne de la communication, Les Editions du Cerf, Paris, 2012

Marshall McLUHAN, *Să înţelegem media: Extensiile omului*, Curtea Veche, Bucureşti, 2011

Valentina MARINESCU, Introducere în teoria comunicării: principii, modele, aplicații, Tritonic, București, 2003

GENURI JURNALISTICE (ştire, interviu, reportaj)

AGNES Yves, Introducere în journalism, Polirom, 2011

CODĂU Alexandra, Tehnici de redactare în presa scrisă, Editura Universitară, București, 2018

COMAN Mihai (coord.), Manual de jurnalism, ed. a IV-a, Polirom, 2016

GAILLARD Philippe, *Technique du journalisme*, Fayard: Jeune Afrique, 2000.

HOUGH George A., *News writing*, Houghton Mifflin College Div, 1988.

KIENTZ Albert, *Pour analyser les medias. L'analyse de contenu*, Mame, Paris, 1971.

MALLETTE Malcom, *Handbook for journalists of Central and Eastern Europe*, Worls Press Freedom Committee, Washington, 1992.

MENCHER Melvin, *News reporting and writing*, WC Brown&Company, Dubuque Iowa, 1987.

PETCU Marian (coord.), Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați, Editura C.H. Beck, București, 2014

POPA Dorin, *Genuri jurnalistice*, Polirom, Iași, 2003.

POPESCU Cristian Florin, Dicţionar explicativ de jurnalism, relaţii publice şi publicitate, Tritonic, Bucureşti, 2002

Idem, Manual de jurnalism, 2 volume (2003 şi 2004), Tritonic, Bucureşti

PREDA Sorin, *Tehnici de redactare în presă*, Polirom, Iași, 2006.

RANDALL David, *Jurnalistul universal*, Polirom, Iași, 1998.

RICKETSON Matthew, *Writing feature stories*, Allen&Unwin, Australia, 2004.
ROȘCA Luminița, *Producția textului jurnalistic*, Polirom, Iași, 2004.
STEPHENS Mitchell, LANSON Gerald, *Writing and reporting*, Holt, Rinehart and Wiston, New York, 1986.
ȘERBĂNESCU Andra, *Cum se scrie un text*, Polirom, Iași, 2000.
TRACIUC Vasile, Jurnalism radio, Tritonic, Bucureşti, 2003.
VAN DIJK Teun, *News and discourse*, Lawrence Erlbaum Associates, New York, 1988.
VOIROL Michel, *Guide de la redaction*, CFPJ, Paris, 1992.
Exemple: ZIARUL LUMINA, RADIO TRINITAS, TRINITAS TV….